

C.E RICARDO VENTURA

COMO
MANIPULAR &
PERSUADIR
MILHARES
de PESSOAS

**O SEGREDO DOS
COMUNICADORES EXTREMOS**



MANIPULAR

verbo

- 1. preparar manuseando; dar forma, feição.*
- 2. pôr em funcionamento; utilizar, manejar (esp. com perícia).*
- 3. POR ANALOGIA – influenciar (indivíduo, coletividade), conseguindo que se comporte de uma dada maneira.*
- 4. POR EXTENSÃO – provocar alteração em; tornar falso; adulterar.*
- 5. FARMACOLOGIA – misturar manualmente (componentes de fórmulas farmacêuticas); condir, confeioar, preparar.*

PERSUADIR

verbo

- 1. levar (alguém ou a si mesmo) a acreditar, a aceitar ou a decidir (sobre algo); convencer(-se).*
- 2. convencer (alguém) da necessidade ou conveniência de; mover, induzir.*
- 3. levar (alguém) a mudar de atitude.*
- 4. fazer (alguém) ter certeza a respeito de (algo).*
- 5. conduzir a uma solução ou situação convincente, satisfatória; satisfazer.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos meus alunos do Extreme Speaker Academy (programa de imersão que transforma pessoas em comunicadores extremos), que mesmo sendo alunos, me ensinaram muito sobre diferentes estilos de comunicação!

Agradeço aos meus professores, inúmeros, que de uma forma ou outra despertaram meu interesse pelas palavras, pela oratória e pela comunicação de alto impacto. Dentre eles, minha professora do pré-primário Tia Silvia, que percebeu em mim a desenvoltura de me expor em público, fomentando-a com indicações de declamações de versinhos e apresentações em festinhas para os pais, me dando posições de destaque.

A minha professora de literatura no ginásio do Colégio São Teodoro, Neide Rego, que dizia que eu tinha “voz de veludo” e me fez, com muito prazer, declamar inúmeras poesias para toda a sala.

Ao meu professor de português, Juvêncio do Colégio São Teodoro, que me ensinou construir argumentos e contra-argumentos com sustentação oral em acalorados debates, e a quem também sou grato por me mostrar que a poesia tinha ritmo, expressão, dramaturgia... Que as palavras não eram apenas escritas, mas sonoras! Palavras podem e devem emocionar!!

Ao meu professor Edson – *não me lembro o sobrenome* – da faculdade de administração na São Judas, que a cada seminário me dizia: *Você já deu aula?* – Isso me inspirou!

Ao meu professor Zacarias, da pós-graduação em Psicologia Junguiana na FACIS, que ficava sentado durante 3 HORAS e suas aulas eram incríveis! Percebi que todos têm uma digital para passar conteúdo, que você não precisa ser diferente do que é...

A toda minha equipe, especialmente, a Daniela Santos e ao Rian Silva que me ajudaram em conteúdo, revisões, correções e loucuras! Principalmente ao

Rian que praticamente reescreveu todo esse livro com sua diagramação.

Ao Rodrigo Monteiro que organizou todo esse material e traduziu em livro!

Agradeço ao Daniel Messias, um fã do meu trabalho, que de forma graciosa ofereceu sua revisão ao nosso manuscrito – *Brigaduuiu man!*

A minha esposa Adriana que já não aguenta mais me ver falando sobre comunicação, persuasão, manipulação, vendas... TODOS OS DIAS, mas me ouve e dá suas sugestões certeiras para meu crescimento!! *Te amo, TÊ!*

Ao meu pai Humberto Ventura que sempre teve uma comunicação cheia de representatividade e piadas – *acho que herdei isso!*

A minha mãe Zilda Ventura que sempre me convencia – *como uma supercoach* – a escolher o melhor caminho. A minha Tia Neide Ribeiro, que mesmo acometida de Alzheimer, no final de sua vida não proferia ódio em sua comunicação.

Agradeço ao Espírito Santo que me ilumina em cada apresentação, que me usa como instrumento para mostrar a todos que o Criador não está preso a nenhuma religião e que nós somos muito maiores do que pensamos ser...

SEJA EXTREMO e tenha uma jornada de abundância em todos aspectos da sua vida!

QUEM É RICARDO VENTURA?

Opa! Deixe-me contar um pouco da minha história – *juro que serei breve... hehe* Nasci, literalmente, dentro do comércio varejista. Minhas brincadeiras eram vender, persuadir, negociar e entreter!

Por conta disso, sempre fui orador e “representante de turma”, me candidatava para isso, porque podia ausentar inúmeras vezes da sala de aula =)

Aos 12 anos queria ficar rico, mas sempre ouvi que “os ricos tinham sorte” e nasciam com a *quina pra Lua!* Consumi centenas de livros atrás desta *sorte*. Descobri aos 20 anos, após “herdar” a falida loja do meu pai com uma dívida de 100 mil dólares e 800 títulos protestados, que não existia sorte, e sim trabalho!

- Sarcástico
- Bem-humorado
- Estudioso compulsivo
- Escritor visceral
- Fala demais
- Acorda muitas vezes no meio da noite

A comunicação e a persuasão sempre me ajudaram muito em meus investimentos empreendedores. *Venci!!* Me formei em administração, fiz pós em psicologia Junguiana e dezenas de cursos complementares... E nunca mais parei de estudar.

Com o tempo percebi que tinha que treinar minha equipe de vendas e gerentes – *que já não eram poucos!* – Então, desde de 1995 treino pessoas, desde de 2006 palestro “profissionalmente” – *pois recebi meu primeiro*

cachê – 500 reais em bonés de um fornecedor meu, para capacitar sua equipe de vendas. Escrevi 4 livros Best Sellers e mais de 500 artigos postados por aí...

Cada vez mais treinei pessoas e empresas... *O que era um gosto, virou negócio!*

Tive que fazer uma escolha, vendi minhas lojas gradativamente e me tornei palestrante/treinador 110% do tempo! – *eu sonho com isso, por isso os 110%.*

Há 6 anos treino treinadores internos das maiores empresas deste país, palestrantes, CEO's, políticos, apresentadores de TV, líderes, pastores e pessoas que querem ter essa competência correndo em suas veias! Criei o conceito Comunicador Extremo (com uma gama de produtos, formações e mentorias com foco na comunicação persuasiva).

Acredito que a comunicação persuasiva é a capacidade que pode alavancar todos os aspectos da sua vida!!!

PREFÁCIO

No prefácio desta primeira edição, eu quero que você tenha contato com os resultados e depoimentos das pessoas que se utilizaram do meu método para Manipular e Persuadir Milhares de Pessoas, na minha mentoria individual. E é exatamente este conteúdo que você recebe, em mãos, neste livro.

O curso é extremamente positivo, o conteúdo me agregou muito. Dois fatores que dão credibilidade ao Ricardo; Acreditar na humanidade e ter paixão pelo que faz, ele sabe transmitir essa segurança que podemos sim fazer excelentes apresentações. Saio dessa mentoria com muito mais ênfase em apresentar meu produto de forma profissional. Recomendo sem dúvidas para quem quer ser um treinador interno ou um palestrante profissional. — Carlos Eduardo Felicíssimo Ferreira (Um dos principais Headhunter do Brasil).

Agradeço ao Ricardo pela oportunidade. Sua paciência e dedicação fazem com que tenhamos ainda mais força. Percebi claramente que o discurso e palestra que eu “fazia” não vendia nada. Com as dicas me pareceu muito mais “vendável” e principalmente passando mais “credibilidade”. Esse treinamento com apenas 10 pessoas é muito show, percebi que todos os participantes estavam em busca de novos conhecimentos e melhorias. O Ricardo deixa o ambiente leve, fazendo com que todos que estão presentes fiquem com um gostinho de quero mais uns 10 finais de semana neste treinamento. Muito obrigado Ricardo! — Victor Frank, Empresário – Curso Evidente.

Gostei de tudo, inclusive da integração. Conhecer pessoas como eu que estavam aqui em busca de um sonho, ser melhor, fazer melhor, estar ao lado de “grandes” e me sentir “grande”. Todos com a humildade de crianças na pré-escola. Achei muito INTENSO, VERDADEIRO, compriu com o propósito e fez mais por cada um de nós. Esse treinamento servirá muito em

minhas aulas, palestras e novos projetos. Ricardo Ventura você é o MESTRE e já deve saber que para mim tudo foi ÓTIMO!! — Ana Carolina Puga – Criadora da Biomedicina Estética – Empresa Nepuga/Acorporalle.

O treinamento encurta o tempo de aprendizado com excelência. Incrível, abriu minha visão para acreditar com mais força em meus objetivos. Saio daqui com mais ênfase e preparado para realizar excelentes apresentações. — Romanni Souza – Palestrante/CEO no Instituto Romanni.

Não fiz um curso de palestrantes! Fiz um curso que mudou a minha VIDA!!! Posso falar com total segurança: Hoje sou outra pessoa... De sexta pra domingo sinto-me transformado. Imaginava que o curso seria bom, só não sabia que seria tanto! Vou com toda certeza recomendar a todas as pessoas que conheço. — Alan Pontes – Médico e Palestrante.

Adorei o curso! Achei muito importante aprender como montar e estruturar uma palestra. O curso é muito gostoso, ambiente agradável e descontraído e tenho plena certeza que a partir de hoje vou poder melhorar minhas atuações nos rodeios, pois muitos detalhes são para qualquer apresentação, mas além disso quero entrar para o mercado de palestras motivacionais. — Rafael Vilella – Locutor de rodeio na PBR Brazil.

Só tenho de agradecer ao Ricardo Ventura! A formação superou minhas expectativas, passei momentos inesquecíveis, uma equipe de treinandos fantástica. Ganhei muito mais segurança para palestrar e tenho certeza que as técnicas aprendidas serão importantíssimas

para minha caminhada profissional. Super recomendo e certamente farei isso amanhã. — Alexandre Martins – Palestrante e técnico em segurança do trabalho.

O curso foi mais do que o esperado, gostei muito e com certeza indicarei para todos. O que achei mais importante foi que em APENAS 3 dias conseguimos montar nossas palestras, sem perceber e ficamos com aquela surpresa. “Nossa eu que fiz”! Achei as dicas muito importantes para o meu desenvolvimento pessoal e não só como palestrar. E, claro, muitas risadas, muitas dinâmicas e aprendizados. — Roger Hideo – Mágico das celebridades.

Ricardo, parabéns pela coragem, honestidade e respeito em dividir com a gente como uma pessoa deve aprender com seus erros e acertos. Somos

*gigantes e podemos sim transformar potenciais em resultados ainda melhores. Essa formação “Extreme Speakers” é o melhor dos treinamentos que já fiz até hoje. Saio daqui com a prática e não com blá blá blá... Vem você também, junte-se a nós, seja o melhor ou a melhor apresentação, venha fazer a diferença na sua vida e na vida das pessoas. — **Rosangela Cassiano – Master Coaching e Treinadora.***

*Gostei do profissionalismo e eficiência do Ricardo. Achei muito importante as técnicas para palestrar e os resultados após essas técnicas. Esse curso é nota 10... e podem ter certeza que indicarei sim para outras pessoas. Saio daqui com muito conteúdo para minha vida profissional e pessoal. — **Luís Roberto Formiga – Jornalista e Apresentador na ESPN por mais de 15 anos.***

*Ricardo! Sou uma pessoa extremamente tímida e insegura, então fazer tudo o que fiz aqui hoje para mim é uma vitória, e o mais legal foi ouvir sua avaliação sobre minhas apresentações, que foi muito diferente a tudo que achei que seria capaz. Adorei! Saio hoje muito mais segura e com muita vontade de treinar e me especializar. Muito obrigada por essa conquista e parabéns pelo seu excelente trabalho. MUITO SUCESSO!!! — **Luciana da Silveira Pastorini – Consultora de vendas na Schneider Electric.***

*Gostei da leveza, diversão e troca de experiência! Achei muito importante os feedbacks sobre o que não vejo em mim. O curso é totalmente prático e servirá em várias situações da minha vida pessoal, mas sobretudo profissional. Super recomendo para todas as pessoas, pois saio desses três dias muito melhor do que entrei! — **Fabiana Mendes – Diretora GS&Friedman.***

*Gostei da simplicidade em que o método foi apresentado e de todos os feedbacks em cada apresentação. O curso foi rápido, intenso e efetivo, eu tinha um problema e vocês tiveram uma solução. Saio muito mais preparada para atuar como instrutora de treinamentos comportamentais na Renault, e também para realizar o meu sonho de palestrar sobre autoestima para as mulheres. Esse curso facilitou minha escrita, antes eu tinha dificuldade em criar roteiros e hoje com certeza tenho muita facilidade! Ricardo muito obrigada por todo aprendizado! — **Evelin Cristine – Treinadora interna na Renault.***

*Amei o curso! Nesses três dias tive um desenvolvimento que nem eu mesma acreditei! Achei muito importante a sinceridade do Ricardo ao dar os feedbacks sobre minhas apresentações. A equipe toda é muito eficiente! O Ricardo é um Showman, muito divertido e ao mesmo tempo muito responsável. Obrigada por todo aprendizado! — **Cláudia Acevedo – Professora/Doutora na EACH – USP.***

*Ricardo Ventura, você me ajudou muito com seus conselhos, aulas, ideias e dicas! Foi um prazer estar com você, ouvir você e aprender com você... Com certeza foram muito produtivos esses três dias. — **Leda Nagle – Jornalista.***

*Ricardo Ventura, parabéns pelo curso... foi fantástico! Achei Importante tudo o que aprendi aqui nesses três dias, pois abriu novas formas de passar minhas ideias para os meus eleitores. — **Amilton Filho – Deputado Estadual.***

*Gostei que o curso é 100% de prática e a teoria foi incorporada na prática.... Isso foi INCRÍVEL!! Achei muito importante as técnicas aprendidas e os feedbacks do próprio Ventura. Indicarei sim para todos os meus amigos. — **Alfredo Tanimoto – Empresário e Palestrante – BNI Brasil.***

*Gostei do método aplicado pelo Ricardo para montarmos nossas palestras de modo profissional com “começo, meio e fim”! Achei importante que a cada apresentação a evolução é nítida! Essa formação me ajudou a melhorar minha performance e com certeza alcançou todas as minhas expectativas. — **Ivaldo Bezerra – Gerente – SEBRAE – Desenvolvimento Territorial.***

*Gostei da objetividade, da metodologia do curso, da descontração e a interatividade do aprendiz e ministrante. Todo o curso foi importante, tem excelente conteúdo, material atualizado e ótimas dinâmicas. Tenho certeza que servirá em minha atividade bancária, relacionamento com o público e principalmente para o exercício de minhas atividades como ministrante dos meus próprios cursos, “como falar em público, líder vendedor, marketing pessoal, atendimento ao cliente e orçamento doméstico”. Indicarei sem dúvidas para outras pessoas! — **Mauro Paixão – Palestrante/ treinador de oratória.***

O curso foi muito produtivo, as atividades e as técnicas apresentadas foram bem relevantes. Irei colocar todos os pontos de melhoria sobre minha apresentação como uma forma de me superar também. O treinamento me deu confiança e segurança. — Greyce Peixoto – Treinadora Interna o’Boticário.

O curso entregou mais do que prometeu! Achei muito importante ver a minha própria evolução e as dos meus companheiros do curso. Tenho certeza que a partir de agora minha vida profissional mudará totalmente, pois saio daqui muito satisfeito com toda experiência adquirida. Sem dúvidas o curso me levou do ponto A ao ponto B. Indico esse curso para todas as pessoas que querem desenvolver a arte de falar em público. Agradeço ao Ricardo, Dani e Rian por todo apoio. — João Ricardo Oliveira – Procurador Geral do Estado do Maranhão.

Depois de 30 anos de profissão, pela primeira vez tive a coragem de fazer um treinamento de oratória. Ficar três dias focado em meu desenvolvimento era o que mais queria e consegui, hoje ao término deste curso vejo o quanto estou mais preparado, minha oratória mudou completamente! Foi uma diversão para mim!! Com certeza indicarei para muitas pessoas. — Marlúcio Pereira – Deputado Estadual de Goiás.

Gostei de receber conteúdo relacionado à estruturação de uma palestra, que vão desde palestras mais formais e curtos, até treinamentos longos e elaborados. Nesses três dias, consegui aprender os motivos pelos quais se deve ou não proceder de determinadas maneiras e sinto-me mais preparada para aprimorar meus cursos. Definitivamente indico o curso, pois o Ricardo e sua equipe sabem como instigar o melhor de você! — Leticia Marchetto – Treinadora de Pilates, Dança e Acrobacias Aéreas.

Gostei da metodologia simples, prática e que funciona. E o mais importante além do conhecimento, foi a quebra de paradigmas pessoais que o curso me proporcionou. Foi além das expectativas, entregou muito mais do que propôs! Indicarei totalmente para todas as pessoas que desejam dar um “Up” definitivo na comunicação com sua plateia. Tenho certeza que esse curso servirá absolutamente em todas as situações da minha vida, pois saio daqui totalmente preparado para ministrar minhas palestras. Agradeço a

*todos pelos três dias agradáveis que passamos juntos! — Moacir Ferreira
Torres – Gerente de projetos e palestrante interno na empresa Seduc.!!*

SUMÁRIO

QUEM É RICARDO VENTURA?

INTRODUÇÃO

SEJA EXTREMO

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR NESTE LIVRO

UMA BREVE HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO HUMANA

QUALQUER UM PODE SE COMUNICAR, MAS POUCOS SÃO
EXTREME SPEAKERS

COMO VOCÊ DEIXA SUA MARCA NAS OUTRAS PESSOAS

NÃO EXISTE MEDO DE FALAR EM PÚBLICO

APRENDENDO AS CLÁSSICAS TÉCNICAS DE ORATÓRIA

A CAPACIDADE DE SE RECONHECER NO PRÓXIMO

COMEÇANDO MANIPULAR E PERSUADIR

AS PODEROSAS TÉCNICAS DE PERSUAÇÃO

GATILHOS MENTAIS DA PERSUAÇÃO

O JIU-JITSU LINGUÍSTICO

O CORPO FALA

COMO USAR SEU CORPO PARA SE COMUNICAR

OS CORPOS DOS OUTROS TAMBÉM FALAM, MAS NÃO MENTEM

APRENDENDO A LER OS OLHOS

4 DICAS EXTRAS PARA ENTENDER A LINGUAGEM DO CORPO

O MUNDO DAS APRESENTAÇÕES

COMEÇANDO A CRIAR APRESENTAÇÕES

OS 9 PASSOS DE UMA PALESTRA EXTREMA

DEIXANDO SUAS APRESENTAÇÕES MAIS PERFUMADAS

COMO CRIAR CONTEÚDO EXTREMO EM QUALQUER LUGAR

FUNDAMENTO

NÃO SE COMUNIQUE NOS PALCOS, SE COMUNIQUE NA VIDA

OUTROS TRABALHOS

JORNADA NÃO MINTA PRA MIM (CURSO GRÁTIS)

LIVRO: CRENÇAS

LIVRO: COMUNICAR, VENDER E NEGOCIAR COM PNL

LIVRO: ESPERO QUE VOCÊ MORRA

EXTREME DIGITAL SPEAKER

EXTREME SELLER MUNDIAL

SEJA EXTREMO

Tudo é comunicação. O jeito que você fala, que se move, que se relaciona com as pessoas. Tudo que você faz transmite uma mensagem para as outras pessoas. E nós precisamos tanto dela que, não é à toa, temos diversas formas de praticá-la.

E, a cada dia que passa, surge uma nova forma de se comunicar. Um aplicativo, um novo jeito de apresentar imagens - afinal, o que o são os memes? -, entre outros. Porém, na base, a comunicação continua com o mesmo objetivo: nos fazer ser entendidos e seduzir pessoas. Afinal, não é para isso que nos comunicamos?

Os seres humanos sempre tiveram necessidade de se comunicar. Não é ao acaso que utilizávamos “desenhos” como linguagem não verbal ainda nas cavernas. Milhões de anos depois, hoje, nós temos diversos caracteres, palavras, idiomas, sotaques e formas de descrever tudo à nossa volta.

A comunicação verbal foi o principal fator da evolução humana. A nossa espécie conseguiu não só dar nomes ao que estava ao redor, como, também, comunicar outros grupos sobre perigos, ideias inovadoras, alimentos com poderes medicinais. Enfim, transmitir toda forma de conhecimento. Foi dessa habilidade de se comunicar e passar ideias que começamos a construir a sociedade que somos hoje.

Afinal, você já imaginou como seria se não houvesse a palavra? Como nós aprenderíamos tanto? Como teríamos as informações que temos hoje? Como saberíamos que um fruto possui veneno e outro pode nos curar de doenças? Como estudaríamos nossa história sem ao menos entender o que aconteceu ou passar para nossos descendentes tudo que vivemos ao longo dos anos?

A comunicação é uma troca de informações. Quando você faz uma pergunta, obtém uma resposta. Quando você começa uma conversa, aprende algo novo

com ela. Essa é a vida em sociedade – *e nós criamos diversas formas de manter esse sistema em andamento.*

Nós passamos dos desenhos para os símbolos que representam palavras. Isso que você está lendo é comunicação – resultado de diversos anos em sociedade, de estudos e compartilhamento de informações. Nós hoje temos outras formas de se comunicar além das palavras e da fala. *Duvida?*

Quando você se depara com um *meme* na internet, você está recebendo algo que alguém quis comunicar. É a forma que alguém encontrou de te passar aquele conteúdo. Por meio de desenho e, talvez, dois ou três balões de diálogo, você consegue entender algum acontecimento.

Isso fica muito claro quando observamos os movimentos políticos que surgiram em nosso país nos últimos anos, principalmente se observarmos os mais jovens. Boa parte desses movimentos se baseou em uma comunicação simples, mas efetiva, que, até então, era usada apenas para o humor. E isso trouxe a discussão política para todos os círculos sociais.

Ainda no seu Facebook. Você é bombardeado de pessoas tentando se comunicar a cada minuto. Quando se depara com uma foto de uma amiga na praia, você entende que ela está pegando sol, provavelmente de biquíni e aproveitando o mar. As fotos também são formatos de comunicação. Afinal, já dizia aquela famosa frase: *uma imagem diz mais que mil palavras.*

Você já reparou como os vídeos se tornaram mais populares? Eles são formas de comunicação, também. E as reações e interação nas redes sociais? *Comunicação.* Os emojis? *Comunicação.*

Em tudo, todo o tempo, nós estamos tentando nos comunicar. Seja falando com todas as palavras, tirando uma foto, postando um vídeo de 10 segundos ou, *inclusive*, dando um “like” em uma postagem ou comentando com um <3 na foto de alguém.

A comunicação está cada vez mais presente em nosso dia a dia. E é um processo tão natural que nem reparamos o quanto ela está inserida em nossa vida. Aplicativos novos surgem todos os dias, desde aqueles de texto, quanto de vídeo e imagens. Nós partilhamos, todos os dias, o que somos, o que pensamos, o que gostamos. É da nossa natureza nos comunicar. Queremos voz – queremos espaço.

Nós precisamos nos comunicar. É com isso que aprendemos, ensinamos, nos desenvolvemos, nos entendemos. E em todas as áreas da vida. Como seria nossa paquera sem a comunicação? Como você iria mostrar para alguém que adorou uma foto sem o botão de curtida no Facebook? Como você iria responder uma dúvida sem fazer uma pergunta?

O que seríamos hoje se não houvesse a habilidade de se comunicar com o próximo?

A boa comunicação é a chave para o bom relacionamento. É por meio dela que nós seguimos em frente. Nós a utilizamos para fazer amizades, para manter relacionamentos e, claro, negociar.

Dizem que quem tem lábia, tem tudo. E essa chamada *lábria* está na forma de se comunicar. O que dizer? Como dizer? Principalmente: quando dizer?

Os seres humanos precisam se relacionar. Nós seríamos nada se estivéssemos sozinhos. A solidão não combina com a nossa natureza – e precisamos da comunicação para manter as pessoas por perto. Seja família, seja cliente, seja um namorado.

Em nossa vida pessoal, a comunicação se torna importante desde para aprender algo novo até para expor ideias. No corporativo, isso não é diferente. As informações que produzimos e passamos adiante podem impactar a todos: funcionários, parceiros, clientes, outros empresários. As consequências podem ser variadas – e cabe à sua forma de se comunicar, mudá-las.

E não pense que somente sua palavra diz alguma coisa. Os gestos, as expressões e até a forma como você fala também são formas de comunicação. Tudo faz parte do que você é – e sinceridade é importante neste processo.

Ao partilhar o que pensa, o que sente e o que deseja, você cria laços com outras pessoas. E a comunicação é grande aliada nisso.

Até o silêncio diz muito. Por isso, é importante entender que tudo, todo o tempo, é comunicação. *Sem ela nós somos nada.*

A comunicação nos faz evoluir como seres humanos, como grupos, como empresários, como funcionários, como sociedade e espécie. É a habilidade

de se comunicar que permite a nossa integração, mesmo com tantos idiomas, gestos e expressões.

E nessa época em que a comunicação está dominando o mundo, você precisa ser um Extreme Speaker para se destacar! Não basta mais ser um orador. *É preciso ser um comunicador extremo.*

E o que isso quer dizer? Que você precisa se comunicar bem em todas as áreas. Seja palestrando, realizando uma venda, conversando com seus filhos, escrevendo posts no Facebook, artigos para revistas, dando aulas, gravando vídeos e até mesmo seduzindo uma garota no bar.

E é justamente isso que vou te ensinar neste livro. Eu vou te ensinar como ser um Extreme Speaker!

Mas quem sou eu? **Eu sou Ricardo Ventura, o Extreme Speaker #01!**

Eu nasci dentro de uma loja de sapatos. Minha família de calçadistas passou por essa profissão por gerações, inclusive, por mais de um século. Durante anos, eu fiquei na mesma área.

E toda a experiência que conquistei por mais de 20 anos contribuiu para chegar onde estou hoje a adquirir todo conhecimento que vou te transmitir com este livro.

O contato com vendas, relacionamento e, acima de tudo, comunicação – *olha ela aí de novo* – me transformou em um Extreme Speaker.

Sou formado em Administração de Empresas, tenho pós-graduação em Psicologia Jungiana, formação em Master Practitioner, hipnose clássica com ênfase em hipnose Ericksoniana. Também sou psicoterapeuta, fui empresário no ramo de confecção por mais de 20 anos e sou palestrante há mais de dez.

Mas o que isso significa? **NADA!**

Você pode achar minha resposta estranha, mas todos esses títulos e formações significam nada. Já conheci diversas pessoas com dezenas de certificações em seus currículos, mas com o menor conhecimento no que fala. Ou, pior ainda, sem saber como passar o conteúdo para frente.

Portanto, nada disso representa alguma coisa para que eu pudesse me tornar um Extreme Speaker.

Meu pai, por exemplo, era um homem muito simples e percorreu todo o caminho inverso. Nem formação ele tinha, mas foi uma pessoa com o melhor *tato* para vendas e atendimento ao cliente que já conheci.

Um exemplo para seguir.

Ele não estava preso dentro de uma sala buscando conteúdo teórico. E isso diz muito sobre seu conhecimento. Tudo que ele aprendeu foi através de anos de prática.

Meu pai observou o comportamento dos seus clientes e fez diversos testes para saber o que funcionava ou não. Foi assim que aprendeu diversos conceitos de vendas.

Um dos pontos mais interessantes é que eu pude rever todas as técnicas que aprendi com meu pai quando fui para a faculdade e em outras formações. Aquilo que muitas pessoas buscavam na teoria, meu pai pôde aprender e me ensinar na prática.

E é isso que eu quero com este livro. Não quero que ele seja um peso de conteúdo formal e sem aplicação prática. Quero que você leia e aplique cada uma das lições que aprender aqui pra ser um comunicador extremo.

Assim, pode desenvolver suas próprias experiências e aprender com elas. Da mesma forma que meu pai fez. E que eu fiz também.

Eu, por exemplo, comecei a palestrar em 1995, época em que não atuava nesta área profissionalmente. Tudo teve um *start* com a ideia de melhorar os resultados de minhas lojas.

E olha onde eu parei!

Eu criei três treinamentos para meus funcionários – orgânico, produto e vendas – para que eles sentissem motivação a vender mais e ficassem prontos para utilizarem as ferramentas técnicas para isso.

E os treinamentos trouxeram muitos resultados!

Tudo foi tão expressivo que, em pouco tempo, muitos amigos lojistas viram o impacto gerado em minha equipe de vendas. Então, pediram que eu levasse os mesmos treinamentos para seus negócios.

Meus amigos foram passando a informação para outros, até que cheguei em um momento decisivo da minha vida: escolher entre seguir com minha rede

de lojas ou focar meus esforços em minha carreira de palestrante.

E adivinha qual caminho eu segui? É claro que foi o caminho das palestras. Afinal, sempre fui apaixonado pela *comunicação*.

E essa escolha foi tão decisiva que minha venda de palestras e treinamentos é totalmente passiva atualmente. Ou seja: não preciso correr atrás de clientes. Os próprios contratantes me procuram. E isso é resultado de ter me tornado um Extreme Speaker. *Mas nem sempre foi assim!*

No começo, precisei ralar muito para me tornar um palestrante profissional. E durante 20 anos palestrando, fiz muitas cagadas que só percebi quais eram depois de longo tempo.

Se eu tivesse aprendido antes, talvez, muita coisa teria sido diferente. E eu reuni todo esse aprendizado ao longo dos 20 anos para que você não cometa os mesmos erros que eu. Quero que você percorra um caminho menor para se tornar um Extreme Speaker. Preparado?

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR NESTE LIVRO?

Ao contrário da maioria dos livros sobre palestras e comunicação que estão disponíveis no mercado, este livro que você está segurando não é resultado de pesquisas em outros livros do gênero ou artigos publicados por comunicadores famosos.

Este livro é resultado das minhas experiências com palestras nessas duas últimas décadas. É um conteúdo que absorvi durante minha vida profissional e pude inserir nas apresentações. Boa parte do que se encontra nesta obra foi aprendido por mim observando grandes gênios da comunicação. Eu ficava olhando para esses caras e buscando entender porque eles conseguiam motivar, conquistar e liderar tantas pessoas.

Essas observações foram colocadas em prática e treinadas à exaustão para que pudesse chegar a todo o conhecimento que, agora, compartilho com você por meio deste livro. Ele está cheio de dicas do que funciona e do que não funciona em palestras.

A ideia de escrever o Extreme Speaker surgiu de forma inusitada. Sempre que eu terminava minhas palestras, as pessoas diziam: “me ensina a fazer o que você faz. Eu quero fazer exatamente o mesmo que você!”. Eu não entendia o que fazia porque, como já disse, aprendi tudo por observação e execução.

E essa situação seguiu até um dia em que o SESI - Serviço Social da Indústria - me pediu um treinamento para palestrante. *Esse foi o ponto decisivo para que surgisse este livro.*

Naquele momento, eu precisei me estudar.

Antes, eu observava e aprendia com os grandes comunicadores. Agora, eu precisava entender o que eu fazia para conquistar as pessoas. E este processo foi longo. Foram cerca de seis meses estudando minhas palestras.

Coloquei no papel todo esse material que recolhi estudando minhas próprias apresentações e elaborei o treinamento **Criando Palestras e Apresentações**. Era tanto conteúdo que precisei criar um treinamento de três dias seguidos com mais de 12h por dia. Uma imersão incrível!

E um novo desafio surgiu. Escrever um livro com todo o meu conhecimento sobre palestras. Mas aqui entrou um ponto importante. *Eu percebi que a palestra era apenas uma parte de tudo que eu fazia.*

Na origem, eu sou um comunicador. Eu levo isso ao extremo. Todas as áreas que estudei em minha vida sempre foram focadas na comunicação. Seja para aplicar essa comunicação nas vendas, palestras, canais no Youtube - *também sou youtuber* -, nos relacionamentos com amigos e até para evitar brigas com a minha esposa.

Portanto, neste livro, você vai encontrar muito mais que ensinamentos teóricos aprendidos em livros, mas terá um conhecimento prático para aplicar em todas as áreas da sua vida e seduzir pessoas de uma forma que nunca imaginou.

Para começar este livro, eu expliquei a história da *comunicação*. Você já parou para pensar que ela mudou o rumo da nossa evolução? Foi por meio dela que os seres humanos chegaram onde estão.

E hoje tudo é *comunicação*!

Você vive com a comunicação à sua volta: no WhatsApp, nas redes sociais, nas propagandas coladas em paredes. Tudo está se comunicando com você: as empresas, as lojas, *o mundo*.

Não basta mais se comunicar para se destacar. É preciso levar isso até os limites.

Se você está lendo este livro, significa que você quer ser um Extreme Speaker. O primeiro passo você já deu!

“Mas isso não é para mim”. É sim!

Qualquer pessoa pode se comunicar – e isso deveria ficar claro para todos logo no início deste livro. Isso porque não existe dom, nem milagre. Existe esforço. E muito, *muito estudo!*

Lembra que eu disse que tudo na minha vida eu consegui com muito treino? Você também pode chegar ao topo. Basta se esforçar para isso!

É por isso que, neste livro, eu também reuni dicas para você que deseja se comunicar e não consegue.

Então, se você tem medo de falar em público, vai aprender neste livro várias técnicas para passar por esse obstáculo e, até mesmo, descobrir que o medo de *falhar* em público é uma grande mentira que te contaram desde a infância. Tudo isso eliminando sua timidez para lidar melhor com uma plateia. Seja de uma ou de mil pessoas.

Como? Por meio de técnicas específicas que vão muito além da oratória. A oratória é importante, mas não é o *todo* como sempre lhe disseram.

Bem mais que comunicar, um Extreme Speaker precisa ser convincente. Você precisa passar seu conteúdo de forma que as outras pessoas entendam, use em seu dia a dia e passe sua mensagem adiante!

Para você conseguir isso, é importante entender como nosso cérebro funciona e como ele lida com as informações que recebemos. E daí que você vai entender o que são e qual a importância dos gatilhos mentais — que resumidamente são técnicas que vão lhe ajudar a convencer qualquer pessoa em qualquer situação. Mas isso é assunto para um capítulo específico!

Nesse contexto, eu também separei um conteúdo especial sobre linguagem não verbal. Ou seja: tudo o que nosso corpo diz quando não estamos dizendo nada. Inclusive, *descobrir quando alguém está mentando* - um dos temas mais procurados em meu canal do Youtube.

Depois de entender como funciona a comunicação verbal e não verbal, é hora de arregaçar as mangas e começar a praticar comunicação!

Neste livro, você não só vai aprender sobre palestras, como também entender o que são treinamentos e workshops. Separei, inclusive, 9 dicas que você precisa saber para criar uma palestra incrível, de modo a conseguir passar seu conteúdo com eficiência para a plateia. Mas essas dicas podem ser utilizadas em qualquer situação da sua *vida!*

E se quiser se aprofundar ainda mais no tema de palestras, você também vai aprender o que são e como usar recursos importantes nessas apresentações, como microfone, flip chart, PowerPoint, apostilas e dinâmicas.

Esses métodos são muito bem-vindos e têm poder de ajudá-lo a melhorar sua forma de passar a mensagem.

E, para complementar seu conhecimento, também separei um conteúdo especial sobre histórias. Mas por que você precisa saber contar histórias?

Porque nós, seres humanos, *somos movidos por histórias!*

Você pode utilizar as histórias como meios de entreter as outras pessoas e transmitir o que você deseja de forma lúdica e satisfatória. Por isso, eu compartilhei meus conhecimentos sobre como construir uma história e como utilizar a jornada do herói em suas apresentações.

Por fim, você ainda vai conhecer o Método V.E.N.T.U.R.A, criado por mim para facilitar o aprendizado deste conteúdo!

Com tudo isso, você vai terminar este livro uma nova pessoa. *Um Extreme Speaker!*

UMA BREVE HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO HUMANA

Você já imaginou como seria a história da sociedade se toda a comunicação fosse realizada por meio de gestos, posturas, gritos e grunhidos?

Era exatamente assim que os homens das cavernas se comunicavam. Mas já imaginou se nos comunicássemos da mesma forma até hoje?

A comunicação é essencial para a aproximação do ser humano. É por meio dela que compartilhamos experiências, informações e, principalmente, encontramos semelhanças que nos permitem nos aproximar dos outros. Mas nem sempre foi tão fácil e simples assim.

Algumas pesquisas demonstram que o processo de evolução do ser humano teve início há aproximadamente 3 milhões de anos.

O primeiro ancestral da família homo surgiu por volta de 3,2 a 2,5 milhões de anos – o *homo habilis*. Foi a habilidade de desenvolver e utilizar ferramentas que diferenciou esse “novo homem” dos primitivos. Mas a comunicação entre eles ainda era semelhante à dos demais mamíferos.

Necessidade de comida, alerta de perigo, início de acasalamento, busca por alimento ou qualquer outra ideia, eram transmitidas sem palavras, apenas com gestos, berros e urros.

Agora, imagine que você tem uma aula sobre a história do Brasil. Como ela seria sem a utilização de palavras? Ou, até mesmo, como você explicaria a alguém qual a importância do coach na profissão? Como você estaria aprendendo o conteúdo deste livro se não houvesse o alfabeto? Como você encontraria namoradas?

Difícil, né?

Todas as palavras e formas de comunicação que conhecemos hoje levaram mais de alguns milhões de anos para serem desenvolvidas. Foi um aumento lento e gradual da nossa massa cerebral, junto com nossa vontade de aprender e compartilhar, que contribuíram nesse processo evolutivo.

Nós começamos a substituir urros, berros e gritos por uma comunicação utilizando símbolos e sinais. Então, surgiram as pinturas rupestres, consideradas como “primeiros escritos” da nossa história quando o assunto é *comunicação*.

O povo sumério, por exemplo, localizado na região sul da Mesopotâmia, é considerado uma das mais antigas civilizações. Ele foi o primeiro a usar o sistema pictográfico (escritas feitas nas cavernas, com tintas).

O mesmo tipo de escrita também era utilizada pelos egípcios que criaram seus hierós glyphós (escrita sagrada, como os gregos as chamavam). A escrita usava símbolos simples para representar objetos materiais e ideias abstratas.

Esses foram nossos primeiros passos para não só descrever o que era um animal, por exemplo, mas também o que ele representava - alimento, perigo, como caçá-lo, entre outras informações.



Os primeiros rupestres foram essenciais para a evolução do homem. Foi por meio desses “desenhos” que o ser humano deu os principais passos para registrar uma comunicação – e, conseqüente, sua história. Ele conseguia

informar qual o melhor local de caça, quais os animais mais propícios de conseguir, o que usar para se defender, como fazer uma ferramenta ou arma, entre outros.

Com o passar do tempo, o homem já possuía raciocínio para planejar e conceber. Então, a caçada ficou mais coordenada, a defesa se tornou mais eficaz e foi possível, inclusive, explorar melhor as regiões. E é justamente essa característica, junto com o dom da fala, que nos distingue dos outros animais.

Aliás, você já parou para pensar em como nós precisamos de milhões de anos para desenvolver algo que, agora, levamos em torno de 1 a 2?

Pense em um bebê como se fosse o homem primitivo. Como ele se comunica? Por meio de expressões, grunhidos e choro. Quando está com fome, doente, com medo ou algum outro sentimento, é por meio desses movimentos que ele se expressa.

Quando a mesma criança completa cerca um ano, ela começa com as primeiras palavras. Ela aprende, por meio de repetição – algo que também era usado pelos primitivos –, a dizer algo que escuta bastante. Não é à toa que as primeiras palavras a serem emitidas são, geralmente, “*mamã*” e “*papá*”.

Agora imagine se nós, mesmo adultos, estivéssemos estagnados na comunicação, assim como um bebê? Quanta informação necessária nós estaríamos perdendo sem a chance de passa-la adiante? Como nós iríamos informar que um alimento é prejudicial?

Nós não teríamos internet, livros ou conhecimento sobre diversas áreas. E, mesmo se conseguíssemos entender algo, como iríamos disseminar nosso conhecimento?

Aliás, teria nossa espécie sobrevivido sem saber algumas informações sobre guerras, doenças e outros inimigos da nossa sobrevivência?

Quem seríamos hoje sem toda essa história da nossa comunicação?

Nada, talvez.

Em tanto tempo de sociedade, o homem saiu de um cenário onde não conseguia passar suas ideias para chegar a outro onde era possível registrar fatos, compartilhar informações e, inclusive, melhorar as táticas de

sobrevivência da espécie. Afinal, toda a sabedoria adquirida agora era compartilhada com outros grupos. E, assim, criamos mecanismos de organização, de defesa e, inclusive, de vivência em sociedade.

Agora, aquela mesma aula sobre a história do Brasil, que citei como exemplo no começo, já poderia ser representada por meio de desenhos. A importância do coach na profissão já poderia ser explicada por meio de gravuras. Até mesmo a aproximação sexual já era mais clara com a melhora da linguagem corporal.

Um grande avanço, apesar de ainda estar longe do que temos hoje!

Foi por conta dessa evolução que a aproximação entre semelhantes se tornou mais eficaz. Agora, com a eficiência na forma de se comunicar – mesmo que ainda em desenhos –, o homem conseguia informar e criar grupos, defender terrenos e, inclusive, juntar aliados ou separar inimigos.

Nós sobrevivemos porque tínhamos a comunicação. Mesmo com uma fórmula ainda prematura e pouco consolidada, a nossa espécie já conseguiu se estabelecer. E, *claro*, dar início a tudo que temos hoje.

Aquela forma simples de comunicação, usando gestos e repetição do processo, evoluiu para desenhos que ilustravam o que devia ser realizado ou seguido. Mas as formas mais claras e evoluídas, que facilitaram a comunicação, só vieram mais tarde.

A inovação na comunicação fez com que a humanidade tivesse uma nova chance: a de viver em um cenário onde as fronteiras físicas não eram mais obstáculos para a comunicação constante entre os grupos. Com nossa evolução, nós conseguimos quebrar algumas barreiras, as quais mais tarde, hoje em dia por exemplo, nós nem percebemos mais.

As imagens retratadas por meio de desenhos começaram a ser frequentemente mal interpretadas. *Veja bem*, um mesmo som era utilizado para mais de uma representação. Isso sem contar que haviam dois sinais: um para indicar como elas deveriam ser lidas e outro para dar um sentido geral.

A construção, em sentido gramatical, era mais ou menos assim: primeiro o verbo, seguido pelo sujeito e pelos objetos direto e indireto. Então, a frase “eu preciso de um alimento” seria mais ou menos assim: “preciso eu de um alimento”.

Os hieróglifos eram escritos em vários sentidos: da esquerda para a direita, da direita para a esquerda ou, até mesmo, de cima para baixo. Imagina ler um livro em que não há ordem de entendimento?

Pode parecer confuso, mas foi daí nosso início de “organização” na forma de se comunicar.

Essa comunicação era tão especial que foi utilizada principalmente para formalidades. Você a encontraria em paredes de templos, por exemplo, em túmulos e, inclusive, em registros importantes no império.

No cotidiano, os egípcios criaram mais dois tipos de escrita: a hierática (cursiva, utilizada em maioria nos textos literários, administrativos e jurídicos) e demótico (escrita do povo, mais simples e reduzida).

Com tantos registros de comunicação, é impossível não entender como o homem conseguiu evoluir e sobreviver ao longo dos anos. Aos poucos, *bem aos poucos*, nós saímos de um momento onde a comunicação era feita por desenhos até chegar no alfabeto.

E essa revolução de conseguir representar coisas tão precisas com o alfabeto é responsável por grande parte do que temos hoje. Nós juntamos letras e formamos palavras. Nós nomeamos aquilo que desenhávamos nas paredes. E, assim, criamos laços com outros grupos, fortalecendo nossa espécie.

Não se tem registros concretos de quando começamos a falar. Acredita-se que a comunicação verbal vem desde o começo da nossa história. Claro que também temos o que já disse lá no começo: berros, urros, gritos e sons. Mas da comunicação oral, mesmo, temos poucas pistas.

Uma delas é que, há 500 mil anos, nossa espécie passou a ter laringe comprida e alta, essencial para emitir os sons que caracterizam a fala. Seja como for, nossa espécie foi aprendendo a se comunicar, cada vez de forma mais objetiva. Mesmo nos tempos primitivos, a necessidade de falar algo, de expor uma ideia e pensamentos, nos seguiu. Foi por conta disso que nós evoluímos – para os desenhos, para o alfabeto, para o que somos hoje.

Tudo o que temos e somos começou nesse momento da nossa história. Chegamos à era da informação e, hoje, estamos cercados de pessoas, meios eletrônicos e veículos de informação querendo passar algo. A comunicação

está ao nosso redor 24h por dia e todo mundo quer falar algo. Todo mundo quer ter a chance de expor o que pensa.

A comunicação é uma necessidade. E, apesar de hoje existir mil formas de praticá-la, um fato é essencial destacar: na base, ela continua da mesma forma.

Os meios são diferentes, mas a nossa vontade de compartilhar alguma informação para melhorar o que somos é igual. Antes, por meio de desenhos. Agora... Bom, de diversas formas. Afinal, nós nunca paramos.

E ainda bem!

Porém, ter muitas opções diferentes para se comunicar também traz seus problemas. Se você não domina a comunicação e não sabe levar isso ao *extremo*, continua como os homens da caverna que só grunhiam e xingavam.

Em meio a tanta evolução na comunicação humana, nós vivemos num tempo em que dominar essa área é a mais importante das habilidades.

Se você quer ser promovido na empresa em que trabalha, precisa saber se relacionar com todas as pessoas. Se quer vender mais, deve entender como levar a eficiência do seu produto ou serviço ao cliente. Se deseja se tornar famoso, as pessoas precisam entender melhor o que você tem a dizer. Se você quer apenas uma transa, é preciso convencer o outro de que você é a pessoa certa para isso!

E esse último exemplo não está aí à toa. Nós vivemos em um mundo onde tudo gira em torno da sedução. Um Extreme Speaker é, em sua essência, um grande sedutor. É um cara que consegue seduzir qualquer pessoa a fazer qualquer coisa.

E não tenha medo de seduzir. Lembre-se sempre que um grande *canalha* é um grande sedutor, mas nem todo grande *sedutor* é um grande canalha. Você pode seduzir dizendo apenas verdades. E melhor! Você pode seduzir em qualquer área da sua vida. E foi justamente dominar tão bem toda essa comunicação o que nos guiou pela história, seduzindo pessoas e nos tornando Extreme Speakers.

QUALQUER UM PODE SE COMUNICAR, MAS POUCOS SÃO EXTREME SPEAKERS

É muito provável que você já tenha ouvido falar, *até acredite*, que algumas poucas pessoas nasceram com o dom – ou talento para serem palestrantes. São pessoas abençoadas e que possuem um poder incrível de se comunicar com os outros.

Ao que tudo indica, essas pessoas foram tocadas por um ser celestial quando nasceram e desenvolveram uma incrível capacidade de convencer pessoas e mover multidões. Pelo menos é nisso que a maioria acredita.

Mas, como eu mesmo acabei de dizer, as pessoas apenas acreditam. Ou seja, tudo isso é apenas uma *crença*.

Se comunicar não é um dom. É uma habilidade. E ninguém nasce bom em uma habilidade. Ser um Extreme Speaker é a mesma coisa.

O único pré-requisito para ser um comunicador extremo é ter vontade. Você quer levar sua comunicação a outro nível? Quer ser um Extreme Speaker?

O primeiro passo já foi dado!

O restante é competência e habilidades que você pode aprender com treinos. E este livro é uma ótima forma de se aperfeiçoar.

O dom de falar em público não existe. É apenas uma crença que resolvemos seguir para continuarmos em nossa zona de conforto. Como diria meu amigo Rafael Baltresca, O Hipnólogo, *é treino, treino, treino...*

Dúvida? Dê uma olhada nos maiores comunicadores do mundo – e não digo apenas palestrantes profissionais, mas de grandes comunicadores mesmo.

Steve Jobs é uma figura contemplada no marketing e na tecnologia. Ele ficou mundialmente conhecido por suas grandes apresentações para anunciar os lançamentos da Apple. Um líder que fazia milhares de pessoas ao redor do mundo aguardar um ano inteiro para assistir uma de suas palestras.

Por mais que a Apple seja uma das mais importantes marcas do mundo todo, as pessoas não assistiam às apresentações de Jobs apenas pelo novo iPhone. Mas, sim, porque queriam assisti-lo falando sobre o novo iPhone.

Entende a diferença?

Não é à toa que, após sua morte, o *hype* das apresentações da Apple teve uma caída significativa.

Steve Jobs treinava cada uma de suas palestras de vendas entre 100 e 150 vezes. Ele conseguia levar multidões a trocarem de telefone todos os anos, enxergando nele um talento nato da *comunicação*. Quando, na verdade, ele era resultado de muita prática, habilidade e experiência em se apresentar em público.

Qualquer pessoa pode treinar comunicação até se tornar um expert. *E eu sou uma prova disso!*

Eu nunca pensei – e nem queria, na verdade – ser um palestrante ou treinador, como contei na minha apresentação. Porém, minhas apresentações se tornaram referências e, hoje, tenho clientes em todo o Brasil e fora do país.

Dom? Não! TREINAMENTO.

Meu primeiro passo para ser um palestrante foi criar um treinamento para minha equipe de vendas. Eu observei pessoas com experiência na área. Minha loja contava com muitos vendedores com anos de experiências – até mais do que eu de idade. E, percebendo como esses grandes vendedores se destacavam, eu construí não só um, mas TRÊS treinamentos diferentes para minha equipe de vendas.

No treinamento orgânico, a ideia era padronizar todo o processo de vendas da loja, desde a chegada de mercadoria, estoques, vitrines, etc.

O segundo treinamento, focado nos produtos que vendíamos, foi baseado nos diferentes materiais, características e usabilidade de cada modelo.

Já o terceiro, o treinamento de persuasão, tinha como objetivo falar sobre vendas, atendimento, comunicação e como persuadir e encantar os clientes.

E aí você pode me perguntar: os treinamentos deram resultados?

Com certeza, sim!

Foi graças a eles que eu me tornei um Extreme Speaker. E se eu consegui, você também consegue!

A partir desses treinamentos, muitos lojistas e empreendedores enxergaram os resultados positivos e começaram a me chamar para realizar o mesmo procedimento nas lojas deles.

Sem ganhar dinheiro com isso, fui. Era minha chance de aprimorar meu conhecimento e entregar resultados a esses lojistas. Os cachês vieram bem mais tarde, mas tudo começou aí. Era uma oportunidade que eu tinha de treinar a comunicação nos mais variados ambientes e para os diferentes públicos que eles me traziam.

Foi nesse ponto que eu comecei a entender a importância da comunicação. Entendi que expor os meus conhecimentos e falar bem sobre o que eu entendo, precisa de um bom desenvolvimento. Afinal, por mais que todas as minhas formações pareçam interessantes, elas dizem nada se eu não consigo compartilhá-las de forma clara e objetiva, certo?

Todos nós nos comunicamos a todo tempo. Seja postando no Facebook, mandando um emoji no WhatsApp ou até mesmo uma “curtida” no Instagram. Nem todos fazem isso de uma forma mais “solta” – há os tímidos, que mal conseguem interagir na sociedade.

Eles estão perdidos? *Não!*

Como eu disse, tudo pode se aperfeiçoar. E se você sente a boca seca, coração acelerado e mãos frias quando precisa falar em público, CALMA! Você pode conseguir uma boa preparação para expor suas ideias com propriedade, naturalidade e sem medo. Pode até mesmo se tornar um Extreme Speaker.

A *comunicação* é, cada vez mais, valorizada por empresas e clientes. Se você fala bem, se expressa de forma clara e objetiva, já é meio caminho andado para a maior parte das carreiras. Aperfeiçoar a comunicação é um caminho natural – até porque não nascemos sabendo de tudo, certo?

É crescente o número de executivos, profissionais e empreendedores que buscam fórmulas para melhorar a comunicação no dia a dia, aprimorar as interações e saber lidar com diversas situações.

Isso sem contar todas as pessoas que buscam dicas para perder o medo de falar em público. Afinal, precisamos dos laços com outras pessoas para crescer nosso negócio, melhorar nossa vida pessoal e desenvolver relacionamentos. E como fazer isso, se mal conseguimos nos comunicar com outras pessoas?

A *comunicação* pode ser essa alavanca para sua vida profissional. E ela é fundamental para qualquer bom relacionamento. Seja em uma apresentação em público, uma reunião com sua equipe ou clientes, vendas, negociações, discussões na mesa de bar, uma apresentação pessoal, fazendo amizades, paquerando e, até mesmo, mantendo o relacionamento com as pessoas que já fazem parte da sua vida.

Você consegue imaginar algum caminho para um casamento durar por anos sem a comunicação? Como manter amizade com pessoas com quem você não conversa? É sua forma de se comunicar que garante sucesso em todas as áreas da vida!

Acha muito difícil chegar lá? Calma que você consegue!

Primeiro de tudo, é importante entender que todo mundo pode se comunicar bem. Por mais dificuldades que existam, elas vão ser vencidas com bastante treino. E você pode começar por passos simples, como, por exemplo, uma boa gramática no e-mail de apresentação, treinos em frente ao espelho e, inclusive, gravações com seu celular de você apresentando algum conteúdo que domina (ESSA É UMA DICA EXCELENTE PARA APRIMORAR APRESENTAÇÕES PROFISSIONAIS OU DE ESTUDOS).

Também é necessário entender que você precisa sair da zona de conforto. Entenda que ser um Extreme Speaker é quebrar barreiras. O processo de desenvolvimento inclui mudanças em quem você é, em sua personalidade

que te segue há anos. E se você acha impossível, *eu posso te provar*, ao longo desse livro, que todo mundo pode ser um excelente sedutor!

Mas voltando ao exemplo de como é possível treinar, outro grande exemplo da comunicação, mas pouco lembrado por isso, é Michael Jackson. O rei da música pop era um showman e treinava à exaustão. Além de cantar e dançar, o artista se comunicava muito bem com o público. Quem não adorava suas apresentações grandiosas?

No lançamento do seu primeiro sucesso, *I'll be There*, até sua morte, foram 39 anos de carreira. E nem essa experiência toda impediu que o rei do pop continuasse a treinar.

O documentário *This is It – Se você não assistiu, fica aí o dever de casa: ASSISTA!!* – mostra um pouco dos bastidores e o preparo de Michael Jackson para sua turnê de retorno. Ele era extremamente perfeccionista e treinava até não aguentar mais.

Ele, junto com Steve Jobs, é profissionais de áreas diferentes que comprovam a mesma hipótese: O TREINO LEVA À PERFEIÇÃO! Eles foram grandes comunicadores, os quais vamos lembrar para sempre em suas respectivas áreas.

E o mais engraçado nisso tudo? Eles sabiam que não tinham talento nato. Aquele famoso ‘dom’ que nós insistimos em acreditar.

Mas eles tinham a habilidade conquistada por meio de muito treino e dedicação. Principalmente: sentiam amor profundo por tudo que faziam. Eles entenderam que precisavam ser muito mais técnicos e treinar suas formas de comunicação.

Afinal, pra que ser gênio em sua área, se você não consegue falar com os outros sobre ela?

Mas mesmo esses grandes comunicadores, que treinaram à exaustão, não podem ser considerados Extreme Speakers. Quando pesquisamos um pouco mais a fundo sobre Jobs, podemos perceber que ele não era tão persuasivo no dia a dia quanto nos palcos. Ele, muitas vezes, convencia as pessoas através dos gritos e não pelos argumentos.

Assim como Michael Jackson. Um ícone da comunicação em cima dos palcos, mas uma pessoa com dificuldades de se relacionar fora deles. E a

base de qualquer relacionamento é a *comunicação*.

Esses gênios em suas áreas não levaram a comunicação ao extremo. Eles aprenderam como se comunicar dentro de determinado contexto. As técnicas que eles treinavam poderiam ser aplicadas em qualquer cenário de suas vidas, mas eles as trancaram em pequenas caixas dentro de seus cérebros.

Por isso que eu valorizei muito o papel da comunicação nos treinamentos internos que criei na minha empresa e levei esse método de vendas totalmente focado na comunicação para diferentes empresas do Brasil. Tudo por conta da necessidade de salvar aquele presente que recebi do meu pai: o que me transformou em um treinador.

Mas não pense que foi fácil. Mesmo sendo um estudioso da comunicação, eu não enxergava muitas oportunidades na área. Eu, por exemplo, não acreditava que era possível passar conteúdo em palestras.

Na minha cabeça, esse era um ambiente cheio de baboseiras e assuntos genéricos. Afinal, como é possível transmitir lições valiosas em apenas uma hora?

Era isso que eu pensava... Até ser DESAFIADO!

Um dos fornecedores que pediu meu treinamento de vendas não conseguia encontrar uma semana disponível para formar sua equipe. Então, me pediu o que eu julgava impossível: juntar tudo o que tinha para falar em apenas uma hora.

Loucura! Eu relutei muito. Até aceitar (adoro um desafio)!

Eu não queria fazer palestras porque elas me pareciam sem o menor resultado. *Mas fui desafiado...*

Perdi diversas noites e finais de semana para organizar essas palestras. Fiquei tanto tempo nisso que minha esposa dizia que eu era mais apaixonado por minhas apresentações do que por ela. Mentira... Amo as duas por igual! – *Que ela não leia isso!!*

Eu, que não acreditava em palestras, queimei minha própria língua: provei a mim mesmo que elas possuem um potencial INCRÍVEL quando usam um poder de comunicação extremo!

Mesmo sem querer, virei um treinador porque a necessidade me chamou.

Mesmo sem acreditar em palestras, virei um palestrante porque o desafio me instigou.

E se eu, que tinha a menor vontade de fazer palestras, conheci esse caminho, me apaixonei e me tornei um palestrante reconhecido, por que seria diferente com você? Ou melhor, por que você não poderia usar todo esse conhecimento para dar show – *Você não vai somente palestrar, vai dar show!!* – em todas as áreas da sua vida?

Você está anos luz à minha frente! Há informações neste livro que demorei anos para entender e, agora, estão reunidas aqui para te ajudar a percorrer um caminho menor que eu para chegar ao sucesso.

Para conseguir isso, eu precisei investir muito tempo e dinheiro para aprender tudo o que fiz. Quer saber mais ou menos o que gastei nesse tempo todo com livros e treinamentos? Mais de R\$ 200 mil. E digo, sem dúvida, que joguei mais da metade disso no lixo.

O tempo me ajudou e me moldou. E você não precisa de 20 anos de experiência para ter os mesmos resultados que eu. Você só precisa deixar de ser apenas mais um para se tornar um Extreme Speaker.

O seu conhecimento profissional, por exemplo, é essencial para executar seu trabalho? Sim. Mas qual sua utilidade se sua comunicação impede que todo seu conhecimento alcance novas pessoas? É sobre isso que vamos falar no próximo capítulo.

COMO VOCÊ DEIXA SUA MARCA NAS OUTRAS PESSOAS?

Se você está se comunicando, você pode ser um líder e mover multidões. Seja multidões de seguidores apaixonados pelo seu trabalho, multidões de clientes e até multidões de parceiros sexuais.

Não importa se é vendedor, professor, gerente, empresário, dos recursos humanos ou apenas quer aprender como se comunicar melhor. Ser um Extreme Speaker é saber ser uma pessoa que lidera pessoas através da comunicação. E isso é essencial para seu *sucesso*!

Para tanto, existem dois pilares simples: conhecimento prático (que vou transmitir no decorrer deste livro) e observar os melhores para aprender com eles.

Mas aqui vai uma dica importante: FUJA DOS GRANDES PALESTRANTES! É sério... A maior parte dos grandes palestrantes não são grandes comunicadores. Eles sabem apenas falar um pouco acima da média quando estão no palco, mas não passam de grandes falsários quando descem de lá.

Uma vez, inclusive, me perguntaram quais são os palestrantes que sigo e admiro. E me deparei com uma surpresa: *nenhum*! Sigo grandes comunicadores, que inspiram tudo o que faço, mas nenhum palestrante.

Acredito que é isso que me faz soar tão diferente de outros palestrantes profissionais. É isso que faz eu me comunicar bem em qualquer área da vida. É isso que me faz um Extreme Speaker. Eu não saio repetindo discursos

semelhantes, com as mesmas metáforas e usando as mesmas técnicas já batidas de comunicação.

Sigo grandes comunicadores dos mais diferentes segmentos, porque gosto de caras que conseguem se comunicar bem, independentemente do local e não apenas dando palestras. E isso engloba desde cantores famosos até pastores que conseguem prender seu público por horas em frente à televisão.

E isso tudo, porque eles entendem o quanto aquilo que estão falando é importante.

Pode parecer óbvio, mas não existe nada mais importante para você do que você mesmo. E entender que sua marca está no meio desse pensamento é fundamental para você saber vendê-la da forma correta. Aquela personalidade pela qual você é ou quer ser reconhecido precisa ser bem trabalhada.

É nessa parte que entra a famosa marca pessoal. E não pense que isso é papo de empreendedorismo e gestão de carreira. Isso é importante até mesmo para seus círculos de amizade.

Como dizem por aí: quem não é visto, não é lembrado. Na minha cabeça, eu acrescento o “*bem visto*”. Porque de nada adianta alguém conhecer você ou seu conteúdo se ele não for passado de uma forma agradável. Caso aconteça o contrário, você pode queimar seu nome ou sua marca.

Imagine a imagem que é construída na cabeça de um cliente quando você não consegue transmitir bem a ideia. E daquela pessoa na fila do banco que puxou um assunto de política. Aquela garota do trabalho com quem você tentou conversar uns dois minutos. E até mesmo para seus filhos quando você quer ensinar algo.

A força dessa marca pessoal é indiscutível na construção de uma carreira forte e de sucesso, mas não pode ser esquecido que ela impacta toda a sua vida. A comunicação é um fator essencial quando falamos em vender o seu conteúdo. E nada melhor que saber falar, com propriedade, sobre si mesmo, o que faz e suas motivações.

Muitas pessoas disputam o mesmo espaço que você, mas nem todas sabem os segredos para chegar no destino desejado. Nada melhor que se sobressair, certo?

Essa marca pessoal é um conjunto de ferramentas e técnicas que ajudam você a criar uma melhor imagem de si mesmo. Ou seja: fazer com que ela tenha mais valor para quem a vê. Por exemplo, o Steve Jobs. Imagine que ele não tivesse todo o poder de comunicação que eu citei anteriormente. Será que o público iria até suas palestras por ele ou somente por conta do conteúdo apresentado? Será mesmo que o mundo pararia por uma hora, para ver qual é a nova atualização de um celular usado por uma parcela tão pequena da população?

E não pense que essa marca pessoal é uma simples autopromoção. Na verdade, é um esforço de credibilidade, um jeito de fazer com que as outras pessoas confiem e acreditem no que você está dizendo e fazendo.

É imprescindível que o seu marketing pessoal seja algo tão importante quanto aquilo que você compartilha. Afinal, ser relevante é o primeiro passo para ser líder. Sua marca, ou aquilo que você representa, precisa convencer que você deve ser seguido e admirado por outras pessoas.

E como fazer isso?

Boa comunicação!

Nós já entendemos que a comunicação nos auxilia nos laços que criamos na sociedade. Sejam eles pessoais ou profissionais, é fato que só evoluímos, porque chegamos a um patamar onde era possível mostrar nossas ideias e pensamentos.

O homem sobreviveu a tantos milhões de anos porque, por meio da comunicação, conseguiu passar informações importantes a outros seres da espécie. E, hoje, é mais ou menos assim que funciona: só sobrevive quem consegue transmitir um bom conteúdo, de uma forma extrema.

Imagine que você retornou à época das cavernas. Você descobre que uma guerra está próxima. Então, precisa avisar os outros que vivem no mesmo local e compartilham as mesmas ideias. Se você é um bom comunicador (independentemente se será com fala, desenhos, expressões ou gestos), vai conseguir passar a informação a ponto de todos entenderem e conseguirem se defender.

Agora, se você não consegue se comunicar de forma clara e objetiva, a ponto de todos entenderem o que está acontecendo, pode colocar em risco a vida

daqueles que vivem ali.

É mais ou menos assim que funciona nossas vidas. Se você é um bom comunicador, salva os outros do grupo. Caso contrário, deixa o conteúdo incompleto e não passa tudo o que gostaria.

Pode parecer exagero, mas todos os grandes nomes da história (recente ou antiga) só chegaram em seus status porque eram grandes comunicadores. O que seriam deles se fossem apenas nomes, títulos e certificados? Nada.

O próprio Jesus Cristo, que serviu de inspiração para tanta gente, foi um bom comunicador. Ele conseguiu levar a palavra de Deus a diversas pessoas da época. Além disso, teve e continua tendo seguidores até hoje.



Imagine se ele não conseguisse transmitir tudo aquilo que deveria ao seu povo? Será que as pessoas o seguiriam apenas por acreditar que era o filho de Deus?

Grandes comunicadores têm nas mãos o poder de salvar pessoas. Martin Luther King e Malcom X, por exemplo, se tornaram representações do movimento negro porque souberam usar bem o poder da comunicação nos discursos. Os dois eram seguidos e reverenciados.

Nem Ghandi teria conseguido emplacar seus poderes sem a comunicação – e a *marca pessoal que estamos falando agora*.

Quando você pensa na Alemanha nazista, você lembra da guerra em si ou de Hitler? Quando você pensa na Microsoft, a primeira coisa que vem à sua cabeça é Bill Gates? Todos esses exemplos mostram como pessoas representam algo. E você pode, também, ser uma dessas pessoas, desde que trabalhe bem sua *marca pessoal*.

Para isso, tenha em mente que seu principal cartão de visita é você mesmo, a imagem que você leva. E isso não significa gastar dinheiro com roupas caras, ternos e vestidos. Você só precisa vestir algo que provoque confiança – e isso inclui não só a vestimenta, como também, e principalmente, *postura e expressões*.

Você deve se vestir como a pessoa que quer ser, não simplesmente a que você é. Se você é um estagiário, não precisa se vestir como um. Mas, sim, como se fosse o gerente. Quando você faz isso, seu cérebro já adiciona um “ponto” no seu pensamento que você é mais do que aparenta ser.

Mexer com a autoestima utilizando roupas e maquiagem é uma forma de começar a se sentir mais confiante, por exemplo. Quando uma mulher está se maquiando para sair, ela não faz isso apenas para que os outros olhem. Ela faz isso para que se sinta melhor e com mais confiança!

Depois, *nada melhor que ser visto*. E, nos dias de hoje, essa é uma etapa muito mais fácil do que antigamente. Há alguns anos, não era tão fácil aparecer. Você precisava do *boca-a-boca* ou até mesmo se jogar em veículos de comunicação para criar credibilidade e reputação entre seu público. Hoje, felizmente, temos a internet, que facilita muito esse processo.

Tenho certeza que você tem, pelo menos, um perfil em uma rede social. Estar presente nas principais é de grande importância para ser bem visto. Mesmo que você não goste ou não seja bem antenado, pegue um tempo do seu dia para estudá-las, criar uma página e, principalmente, atualizá-la.

De nada adianta ter um espaço em uma mídia social se você não faz o principal objetivo dessas redes: interagir. Lembre-se que um Extreme Speaker domina a comunicação e pode aplicá-la em todas as áreas da vida, inclusive nas redes sociais.

Seja bem organizado com elas, pois são o seu cartão de visita online. Acredite: quando alguém quer te conhecer, a primeira coisa que ela faz é jogar seu nome no Google ou no Facebook. E nada melhor que ter um conteúdo relevante esperando por seu público quando este acessar seu perfil, certo?

Mas, para ser bem visto nas redes sociais, você precisa entender que a comunicação é uma via de mão dupla. Ou seja: você transmite uma mensagem e o outro recebe essa mensagem. A parte complicada é que se um dos lados não consegue falar ou escrever bem o suficiente para transmitir um conteúdo, um *ruído* pode acontecer. Ou seja: não ser bem entendido.

E antes que você pense que é óbvio que quem está passando precisa disso, CALMA! O que não faltam são comunicadores ruins que não conseguem fazer algo básico: se comunicar. Às vezes, por conta da emoção, por não saber administrar o tempo ou até mesmo por querer mostrar que sabe muito sobre aquele assunto.

Por isso, de nada adianta ter uma boa imagem, uma boa página nas redes sociais e entender tudo sobre marca pessoal se sua comunicação é falha. E isso vale tanto para a escrita quanto para a oral – *até porque tudo isso conta como uma parte da sua imagem!*

Pense em um cenário: você comanda um grupo de cinco pessoas na empresa onde trabalha. Em um dia, fica encarregado de passar uma tarefa. Se você não consegue explicá-la direito, como vai ter sucesso no resultado?

Muitos estudiosos da teoria da comunicação dizem que a grande responsabilidade da mensagem é do emissor. E não estão errados!

Passar uma ideia, defendê-la e convencer seu público de que aquilo é o melhor ou é o caminho certo a se seguir faz toda a diferença. Por mais que você saiba muito ou tenha a melhor ideia do mundo, de nada adianta se você não consegue fazer os outros entenderem. E pior: ainda vai passar uma imagem ruim, de alguém que não sabe, nem confia no que fala.

E não é isso que queremos trabalhar em nossa marca pessoal, certo?

Erros, hesitações, gírias mal colocadas e jargões fazem as pessoas despertarem da imersão naquela ideia, além de se recusarem a aceitar aquilo. O mesmo vale quando você comete erros de escrita. Nós temos a

possibilidade de ver, rever e corrigir o que escrevemos. Quando deixamos algo passar, seja em e-mails, memorandos, notinhas ou mensagens, o receptor pode entender que não estamos preocupados em passar uma boa imagem. Não se engane: um bom texto faz milagres!

Quando você é um Extreme Speaker, a combinação entre escrever e falar bem é ainda mais importante, já que são os dois extremos da experiência que você quer passar. Primeiro, você escreve e monta sua ideia. Por fim, você a transmite oralmente. Porém, conforme você pega a prática, consegue construir todas as ideias na cabeça.

Para começar, tenha em mente que é necessário ser claro e objetivo, seja nas palavras escritas ou nas vocalizadas. Quanto mais você conseguir se comunicar melhor e usar isso ao seu favor, mais o público e a equipe vão trabalhar. Um bom discurso ou texto pode motivar até a equipe mais desanimada!

E como melhorar tudo isso? LEIA! Leia de tudo: revistas, jornais, livros técnicos, livros de ficção, legendas de filmes, anúncios, panfletos... Quanto mais você estiver à vontade com as palavras, suas grafias, gramáticas e possibilidades, mais fácil será emplacar um texto com suas ideias. E, principalmente, a habilidade de entreter o seu receptor!

Além disso, escute. Escute bem os outros, seja um palestrante ou um tiozinho contando causos na fila do pão. Encontre neles o rumo do seu público e em nenhum momento sinta medo de se inspirar. Procure boas referências quando o assunto é comunicação – seja em que formato for. Quanto mais você entender, melhor conseguirá fazer seu público entendê-lo. Lembra que meu pai, que nunca teve educação formal, foi uma das minhas principais referências para aprender as técnicas de persuasão?

Escutar as pessoas vai fazê-lo exercitar outro hábito importante neste processo: a *calma*! Fale sempre com calma, pausadamente – mas sem ficar monótono. O importante é que as pessoas entendam o que você está falando. Que cada palavra e ideia penetrem seus ouvidos e consigam chegar no cérebro, para que elas entendam o que você está passando.

E viva aquele momento de conversa. Sinta-se feliz com a troca de informações! Não passe aquela impressão de que só sua opinião importa,

principalmente porque, ao te enxergar como uma fonte de conteúdo, o público pode se sentir inferior e achar que as ideias dele não importam.

Manter esse laço é essencial: você precisa mostrar que tudo é relevante. E utilize essas pessoas para fortalecer ainda mais seus argumentos: seja com ideias ou com histórias. Por isso, chame quem estiver ao seu redor para participar daquela conversa. Quanto mais experiência, melhor!

E não tenha vergonha de defender suas ideias, sempre com bons argumentos e mostrando que você entende do assunto. Seja aquela pessoa que sente segurança, possui calma e objetividade para conversar. Não torne o processo chato e cansativo. Espere o momento certo para expor sua ideia, sempre com clareza e sem vergonha de falar ou indagar quando necessário. Entender tudo isso faz parte de ser um Extreme Speaker.

Ser honesto sempre tem um preço, já que tudo o que você diz é de sua responsabilidade. Mas não deixe de expressar sua ideia – *sempre com jeito e de forma clara, objetiva*. A verdade é algo relativo e você precisa entender que é uma barreira a ser ultrapassada. Não existe “mudar uma verdade”, e sim argumentar, entender e discutir os lados existentes. Por isso, dê espaço para o outro expor suas ideias – e faça-o ter a mesma responsabilidade que citei.

Caso você não concorde, não deixe de aproveitar a possibilidade. E tenha em mente que uma briga nunca é uma comunicação. Se alguém não quer ouvir sua opinião e só quer usar isso para se exaltar, pule fora! Evite entrar em discussões que não te levam a lugar algum. Pare, reflita e se pergunte se aquele argumento é suficiente e se aquilo pode ajudar o outro lado a refletir e entender algo novo.

Nosso tempo é precioso, por isso devemos utilizá-lo com sabedoria. Se você entender que o outro está apenas forçando um argumento para “ganhar” a discussão, desista. Não devemos criar relacionamentos baseados em derrota ou vitória. Os dois devem jogar juntos e construir uma relação forte, seja profissional ou pessoal.

Até porque, quando a conversa se torna pesada, um ruído de comunicação é criado. Por isso, tenha bom humor e *seja leve*. Tratar bem as pessoas ao seu redor, com um sorriso e cordialidade, melhora muito o processo de comunicação. Isso porque todos nós gostamos de pessoas bem educadas e

receptivas. E não importa quem é seu receptor: todo mundo merece ser bem tratado, desde clientes até chefes – *Sim, eles são gente também!* – e companheiros de trabalho!

E, caso alguém peça um favor, faça com um sorriso estampado no rosto. Além de fazer você ser lembrado, isso muito provavelmente vai voltar mais cedo ou mais tarde (explicarei um pouco mais sobre isso no gatilho mental da reciprocidade). Lembre-se que toda ação gera uma reação. Se você trata mal uma pessoa, seja quem for, ela vai reagir àquilo.

Não digo isso apenas no âmbito profissional, mas, também, no pessoal. Seja qual relacionamento for, você só consegue aperfeiçoá-lo por meio da comunicação. Quando você e sua esposa brigam, qual é o melhor caminho? *Conversar!* Nós precisamos nos comunicar em todos os sentidos da vida.

Quantas vezes alguém fez algo que você entendeu de uma forma, mas o objetivo era outro? Acontece porque temos formas diferentes de ver o mundo. E um Extreme Speaker deve entender isso. Ele precisa entender como a outra pessoa pensa.

Nós precisamos gerir nossas relações e entender os aspectos e características das pessoas que nos rodeiam. Conquistá-las por aquilo que elas querem é uma forma de começar a melhorar a comunicação. Lembre-se: quanto mais te entenderem, mais fácil será conseguir tudo aquilo que deseja!

E essa é a chave para o sucesso – em todas as áreas que você imaginar!

Para começar, você deve entender que, para se comunicar melhor, você precisa conhecer a si mesmo. E isso envolve descobrir suas habilidades, no que você pode mudar as pessoas que estão a sua volta. Ou seja: usar um conhecimento seu para ser alguém melhor.

É o que estou fazendo com este livro: utilizando anos de experiência para ajudar você. Neste momento, estamos criando um relacionamento de confiança. E isso é essencial nas relações que criamos ao longo dos anos.

Um relacionamento que funciona é aquele no qual nós conhecemos quem está ao nosso lado. Aprenda tudo o que puder nas conversas que você participa! Escute e trace bem os caminhos que deseja tomar. Não se esconda no silêncio, pergunte, de modo simples, e deixe o outro à vontade para responder. Quando possível, se abra. Mostre confiança e também

compartilhe sua visão. É importante para o outro entender que você está ali – *todo ouvidos!*

E elogie! Seja seu companheiro, seu chefe, seu funcionário ou seu porteiro. Nós queremos manter relações que nos fazem crescer. Queremos ter pessoas por perto que enxergam nossos esforços e valorizam o que fazemos. Um Extreme Speaker não é o tipo de pessoa que só quer receber. Seja aquele que também sabe retornar!

Ninguém é tão inteligente que não tenha nada a aprender e ninguém é tão burro que não tenha nada a ensinar. Portanto, encare toda conversa como um aprendizado e uma aula. Saiba entender os outros pontos de vista, mesmo que diferentes do que você acredita, mas não deixe de apresentar, também, um outro ponto de vista.

Como eu sempre digo, *não tente me convencer de nada. Me ensine algo que eu ainda não sei.* Esse é, com certeza, o melhor caminho para persuadir qualquer pessoa.

E lembre-se: TODO RELACIONAMENTO TEM COMO BASE A CONFIANÇA, VIVÊNCIA E COMPARTILHAMENTO. A sintonia é importante e, mesmo que nem sempre haja concordância, a comunicação é essencial. Escute e leve em consideração o que o outro tem a dizer. Quanto mais nós ouvimos, mais crescemos – e mais histórias temos para compartilhar.

Mas caso, no começo, você ache que não está funcionando, calma! Nós demoramos algum tempo para encontrar nosso estilo, nossa “voz”, nossas habilidades nas relações. Lembra que falei que a prática leva à perfeição? Logo, logo, quando menos esperar, você estará mais à vontade com você mesmo – e, conseqüentemente, com os outros. Aos poucos, vai descobrir que não precisa seguir um formato criado por um terceiro: o seu estará prontinho. E é justamente isso que lhe faz um Extreme Speaker. Encontrar o seu próprio caminho através de experiências anteriores.

Sua personalidade faz parte da imagem que quer passar para o receptor. E os relacionamentos são baseados na sinceridade. Por isso, não fuja dela! Acima de tudo, você é você, um ser único, especial. E mesmo que cada pessoa tenha uma relação com a verdade, o que você mostra é importante no processo de criar uma relação com alguém.

Não deixe de usar gírias, palavras técnicas e humor – desde que haja um equilíbrio com o assunto e com a pessoa com quem está se comunicando. Em uma palestra, por exemplo, leve em conta o público-alvo. Não fuja do que você é - mas lembre-se sempre da “via de mão dupla”: passe sua informação de uma forma que o outro lado entenda.

Você já imaginou um engenheiro palestrando para jovens skatistas sobre como eles podem construir suas próprias rampas? Se ele palestrar usando muitos termos técnicos da engenharia, é bem provável que o público saia da palestra do mesmo jeito que chegou. Sem aprender nada!

Mas não pare por aí. Leve isso além! Essas dicas todas podem ser usados para criar publicações no Facebook, gravar vídeos no Youtube, conhecer pessoas na balada, discutir futebol no churrasco de domingo.

Tudo isso é essencial em seu marketing pessoal. Quanto mais você conseguir engajar as pessoas com o que você tem a dizer, mais relevante se torna e mais as pessoas vão confiar em você. E, conseqüentemente, em sua marca, ou naquilo que você representa e no conteúdo que está passando.

Afinal, a comunicação é a diferença entre o sucesso e o fracasso. Por isso, os Extreme Speakers são os mais lembrados e os mais bem preparados para aquele cargo com que todos sonham quando surge uma oportunidade de promoção, por exemplo. Tudo porque eles entendem o segredo da boa comunicação – que estou compartilhando com você neste livro.

Seja no âmbito pessoal ou profissional, bons relacionamentos nascem a partir de uma comunicação efetiva e que saiba seus limites e funções. Quando você é objetivo e se comunica bem, a mensagem é transmitida de uma forma mais eficiente. E nada mais importante do que uma boa comunicação para criar laços e manter aquela pessoa por mais tempo ao seu redor.

Um bom exemplo disso são os palestrantes de motivação. Você já pensou sobre como eles poderiam resolver grandes problemas da sua empresa?

Esse é um caminho pouco pensado por muitos CEO's, gerentes, diretores e líderes no geral, mas pode ser uma solução para parte das suas dores.

E esqueça aqueles velhos clichês de que palestrantes motivacionais não trazem dicas verdadeiras, que apenas compartilham frases bonitas e

animadoras. Se você tem esse preconceito, deixe-o de lado!

As pessoas costumam dizer que a motivação não dura sempre. Mas, nem o efeito do banho. É por isso que se recomenda diariamente, certo?

E, mais do que tudo, você precisa entender que toda palestra ou treinamento é uma palestra de motivação. Indo além, toda forma de comunicação deve ser motivadora. Você deseja motivar o outro a qualquer coisa. Seja comprar seu produto, acreditar nas suas ideias ou lhe dar um beijo.

É daí que você entende o quanto esses profissionais são uma inspiração!

Independentemente do assunto, por mais burocrático e técnico que ele seja, toda conversa tem um “quê” de empolgação. Afinal, a outra pessoa precisa sair dali empolgada com o que você falou, certo?

Você lembra quando, no começo, eu contei minha história com as palestras? Em todos os treinamentos, eu precisava ter motivação! E melhor: passar motivação para meus funcionários se sentirem inspirados e saírem dali motivados a executar todas as estratégias e planos que compartilhei!

Imagine o seguinte cenário: você coordena uma equipe e precisa dobrar o faturamento da empresa no próximo ano. Existem dois caminhos para isso:

- 1) Marcar uma reunião e apresentar metas, esperando que a equipe tome atitudes para atingi-la;
- Ou
- 2) Criar uma palestra em que apresenta essas metas, ensina técnicas essenciais para alcançá-las e ainda motive a equipe a conquistá-las.

Eu usei o segundo caminho: criei treinamentos para minha empresa. E obtive ótimos resultados – tanto que estou aqui compartilhando as consequências deles com você. E esse método serve para qualquer área: RH, vendedores, professores, representantes comercial, diretores e até youtubers. Qualquer um que queira solucionar algum problema. Uma apresentação impactante deixa qualquer pessoa motivada – e faz com que ela tenha vontade de fazer tudo que você diz!

A boa comunicação que aprendemos impacta diretamente no trabalho em equipe no ambiente profissional.

Um líder que cria treinamentos bem estruturados consegue juntar à equipe e fazer com que seus liderados sigam objetivos em comum. Você, como um

Extreme Speaker, não só vai se unir a eles por esse caminho como, também, fazê-los ansiar pelo que está oferecendo!

Para isso, identifique quais são as principais dores e como elas podem ser solucionadas. Por exemplo: eu precisava quitar uma grande dívida da loja que herdei do meu pai e melhorar a baixa competitividade causada pelo estoque defasado e outras dificuldades. Eu investi em treinamentos de vendas para competir no atendimento. Outras empresas poderiam contar com os melhores produtos – *mas eu tinha os melhores vendedores*.

Eu não disse que a boa comunicação é essencial?

NÃO EXISTE MEDO DE FALAR EM PÚBLICO!

Você já ficou ansioso com alguma situação na qual precisava estar em sociedade? Seja numa reunião, em uma festa, ao ser convidado a fazer um brinde... Quando nós precisamos exercer um cargo que represente “autoridade”, a ansiedade ataca.

E, claro, *a timidez!*

Quem é tímido, ou já se sentiu assim alguma vez na vida, sabe como esse sentimento nos impede de aproveitar muita coisa boa. A timidez cria uma barreira em nosso dia a dia, fazendo com que muitas oportunidades fiquem de lado, porque não conseguimos chegar até elas. E isso inclui tanto sua vida profissional quanto seus relacionamentos pessoais.

Nós temos diversas reações físicas e sentimos medo de que elas sejam notadas por nosso “público”. Podem ser: voz trêmula, rubor, dificuldade em respirar, tremores físicos, tonturas, problemas no estômago, náuseas, entre outros.

E, como resultado, não conseguimos conversar, ficamos cheios de medo e pensamentos negativos. O ciclo é tão vicioso que até duvidamos das nossas capacidades. Quanto mais sintomas, mais medo produzido pela nossa mente.

Reconhece tudo isso?

Quantas vezes você já se sentiu travado em entrevistas de emprego, reuniões, seleções, jantares de família, reuniões de amigos e conversas de bar?

Esse sentimento pode estagnar sua vida. E lutar contra isso é uma forma de melhorar a comunicação. Se você é tímido e acha que está perdido, que a saída agora é desistir, calma!

Esse sentimento de apreensão, desconforto e embaraço que temos quando nos encontramos em meio a outras pessoas geralmente ocorre em situações específicas: locais novos, gente que não é familiar, situações diferentes, etc.

Especialistas apontam a timidez como característica de pessoas com autoestima baixa, movido por um medo além do normal de que os outros julguem seus atos.

Isso provoca um receio desproporcional de encarar reações negativas, humilhações ou rejeição. Por isso, os tímidos fogem de situações sociais.

O medo distorce a realidade. Quando possuímos alguma insegurança, como baixa autoestima, acreditamos que os outros vão nos julgar por algum deslize ou erro. Até colocamos mais importância em um erro do que as outras pessoas colocam. Um pequeno erro de português que, provavelmente, passou despercebido por quem você está conversando, pode destruir todo o discurso de quem tem medo de falar em público.



Nossa mente tem mania de pensar nas coisas que são mais assustadoras para nós quando estamos com medo. Se o problema é falar em público, nosso cérebro começa a criar cenários de humilhação, por exemplo. Nós focamos tanto naquilo que nos torna vulneráveis que deixamos esse sentimento tomar todo nosso corpo – *mesmo que tenhamos certeza que somos bons naquilo que fazemos*.

E onde eu quero chegar com tudo isso?

Em um ponto muito simples... O MEDO DE FALAR EM PÚBLICO NÃO EXISTE! Essa é uma lenda contada para todas as pessoas, do momento que elas nascem até o último dia de suas vidas. Repetem tanto isso na sua orelha que você passa a acreditar que não é capaz de falar em público. Você adquire esse falso medo de falar em público.

Diante disso, seu cérebro gera todas as reações que eu listei anteriormente e você passa a congelar todas as vezes que precisa falar em público. Porém, a verdade é que você não tem medo de falar em público. Você foi desestimulado a se comunicar desde o primeiro dia da sua vida.

Uma criança que fala muito, por exemplo, é sempre recriminada pelos pais e professores quando entra na fase escolar. Depois disso, você não quer mais apresentar trabalhos em público. Sempre o deixava para algum outro coleguinha fazer. Quando chega na faculdade, são as mesmas pessoas que apresentavam trabalho na escola que vão apresentar seminários.

Se você observar os grupos de trabalho escolar, verá que o aluno que mais conhece sobre o assunto, na maioria das vezes, não é o que apresenta para a turma.

E a vida pessoal segue em paralelo a isso. Em uma festa com amigos, os mesmos que são mais descarados e apresentam o trabalho para a sala de aula são os que mais têm facilidade de conversar com as meninas. Na faculdade, o que apresenta mais trabalhos é o que tem melhores relações com os professores e se dá melhor na balada.

E essa relação segue por toda a sua vida. Aqueles que sempre se comunicaram mais, ficam cada vez melhores. E aqueles que menos se comunicam, vão regredindo até voltarem aos grunhidos ancestrais. Quer um exemplo muito característico que prova isso? Nem sempre o profissional promovido é aquele que exerce melhor seu trabalho, mas aquele que se comunica e se relaciona melhor.

Se você também já percebeu isso, quer sair deste ciclo e se tornar um Extreme Speaker, o primeiro passo é *se entender*, saber exatamente, contra o que você precisa lutar. Busque a raiz do problema, que geralmente é sintoma de algo maior. Se a sua autoestima é baixa e você avalia suas ideias de modo negativo, tente acreditar em si mesmo.

Ao invés de encarar aquele momento como uma hora de se expor ou enfrentar o seu medo, se convença de que é uma oportunidade e que esse medo não existe. Foi implantado na sua cabeça por anos de uma formação falida.

Dessa forma, sua cabeça consegue ultrapassar a barreira e encarar aquilo como evolução. Isso até te ajuda a se sentir mais motivado, eufórico e animado. Afinal, nós adoramos conquistar um objetivo, certo? É um treino mental, mas que ajuda bastante.

PERMITA-SE SER MAIS LIVRE DE VOCÊ MESMO! Você está criando sua própria timidez como um mecanismo de defesa. O medo de errar, de escorregar ou de viver algo novo te bloqueia. *Supere essa crença!*

Até porque, para ser um Extreme Speaker, é preciso perder a timidez de falar em público. De acordo com várias pesquisas feitas pelo mundo, um dos maiores medos do ser humano é discursar na frente de um grupo de pessoas. Um exemplo disso é que, há algum tempo, o jornal norte-americano, Sunday Times, entrevistou 3 mil americanos para descobrir qual era o maior medo deles.

Morte? Altura? *Que nada!* O maior medo era falar em público.

Mas posso te afirmar uma coisa: esse medo é uma construção que sofremos desde que nascemos. Por isso, perder essa timidez é mais uma mudança de hábito do que de personalidade. Hoje, o mercado profissional precisa de pessoas que se comunicam bem. Não é à toa que há tantos coaches e professores para nos ajudar a falar melhor.

Eu treino pessoas para serem comunicadores extremos há sete anos, palestro há mais de dez e ofereço treinamentos há duas décadas. Acredite: não existe fobia em falar em público. Mas sim o **despreparo**.

É mais ou menos como andar de bicicleta. Não é porque você cai na primeira vez que cria uma fobia, certo?

Nós somos desencorajados a falar em público desde crianças. Vivemos em uma sociedade em que nas escolas e faculdades, seja uma criança ou quase um adulto, nós temos pouco contato com apresentações. E nasce, daí, um círculo vicioso, justamente por conta da preocupação em não constranger a pessoa, já que talvez ela sinta medo daquilo.

Mas chega um momento da vida em que precisamos falar, certo? E a valorização do discurso, palestra ou medo de falar em público é tão grande que, nas grandes empresas, as pessoas mais comunicadoras são mais lembradas na hora da promoção. E ainda fazem com que elas sejam lembradas como as melhores!

Você lembra que, anteriormente, eu utilizei o Steve Jobs como exemplo? Vou aproveitar a mesma pessoa para explicar outro cenário.

Nunca na carreira Jobs inventou algo além de um conceito ou ideia. Ele nunca deve ter apertado um parafuso na vida e, certamente, seus parceiros engenheiros foram tão ou mais importantes que ele para o futuro da tecnologia.

Mas de quem você lembra quando pensa no iPhone? Dos produtos da Apple? Do engenheiro? Do designer? É claro que não. Você sempre lembra daquela figura de óculos, moletom preto e calça jeans em cima dos palcos.

Isso porque era Jobs quem subia no palco e vendia aquele produto. Era Jobs quem fazia daquilo um sonho. E, sem dúvidas, ele era um gênio nisso. Como eu disse, um dos maiores do século.

E por quê?

O nervosismo, medo de plateias e insegurança acompanham a grande maioria das pessoas que têm medo de falar em público. O remédio para isso é **conteúdo e confiança**.

Fugir dessa exposição a vida inteira não vai resolver o problema. Sempre haverá um trabalho de escola, uma reunião ou uma apresentação para enfrentar.

Antes de tudo, não se sabote. Se você subestimar o quanto suas ideias e conteúdo são bons, você estará se prendendo a uma barreira. Quando se preparar para falar em público, repita consigo mesmo: EU SOU PERFEITAMENTE CAPAZ DE PASSAR O QUE SEI! AS PESSOAS ESTÃO ALI PARA ESCUTAR TODO MEU CONHECIMENTO – e isso já é um voto de confiança.

E, falando em preparação, lembre-se: você precisa saber muito bem sobre o que vai falar. A confiança no seu discurso faz com que você se sinta mais à

vontade para falar sobre aquilo. E claro: passa mais credibilidade a quem te escuta.

Então, evite decorar uma estrutura. Além de você não se jogar no conhecimento do assunto, ainda vai garantir um novo medo: o de *dar branco*! Sentir-se confortável com o conteúdo é essencial. Até porque ele é só metade do caminho. E se você consegue garanti-lo, já está quase lá!

Lembre-se que é necessário ter forma, postura e confiança em si mesmo. Tudo isso contribui para te deixar mais confortável diante de uma plateia. Sei que já falei bastante sobre isso e vou continuar batendo o martelo nesse ponto: **CONFIANÇA É ESSENCIAL!**

Como eu disse no começo deste livro, tudo é *comunicação*. Inclusive sua linguagem corporal. A sua postura e expressões faciais são fundamentais. Por isso, transpareça confiança e se mantenha relaxado. Seu próprio cérebro vai entender a mensagem: está tudo bem por aqui!

Em uma conversa ou palestra, essa linguagem relaxada é muito importante.

Então, esqueça as mãos no bolso, imposte sua voz e opte por um discurso com clareza, que se conecte com qualquer pessoa. Quanto mais sofisticação nesse momento, mais você pode soar presunçoso – e afastar sua plateia. Aposte na simplicidade. Essa sim é a verdadeira sofisticação.

E lembre-se: contato visual é tudo! Isso cria uma empatia e gera segurança. Nós queremos que as pessoas confiem no que você diz. E, para isso, você tem que confiar no que diz.

Sei que você deve estar pensando que são dicas para uma boa palestra ao invés de acabar com o medo de falar em público. Mas o que eu quis mostrar aqui é que a segurança e confiança são essenciais em qualquer comunicação. Todos os exemplos que dei e as dicas que compartilhei são para você reforçar esses sentimentos dentro de si.

Quanto mais você estiver seguro, mais seu conteúdo vai “hipnotizar” sua plateia. E, quando eu digo plateia, pode ser uma única pessoa com que você está conversando ou milhares te ouvindo falar num palco. Além disso, eles terão menos dúvidas, você irá precisar improvisar menos respostas e sair do roteiro poucas vezes.

E se você ainda acha que não consegue perder o falso medo de falar em público, vá aos poucos! Em uma reunião, por exemplo, tente ser sempre o primeiro a falar. Geralmente, quem é tímido não tem essa iniciativa, mas quanto antes você der sua opinião ou acrescentar algo àquela discussão, menos você pensa em falar em público e menos dúvida você tem.

Para sua timidez não te atrapalhar, escolha um assunto por vez. Como se houvesse um slide de PowerPoint dentro da sua cabeça com tudo que precisa falar – e na ordem.

E, importante: respire! O medo faz com que o ritmo respiratório fique muito mais acelerado, por isso ficamos sem ar. Com isso, enviamos menos oxigênio para o cérebro, que pode, inclusive, ter um lapso. Não se esqueça de respirar lenta e profundamente antes de falar em público ou passar por uma situação que sua timidez ataca. E continue nesse ritmo, inclusive enquanto está discursando ou vivenciando uma situação nova.

Se houver outros sintomas físicos, como aqueles que eu citei lá no começo, não tenha medo! Isso apenas aumenta a intensidade. Estude-se, entenda essas sensações e aceite que elas vão acontecer. Tudo isso faz parte de você mesmo! Embora essas sensações sejam desagradáveis, elas não vão prejudicá-lo. Só se você se deixar cair nesse buraco negro.

Entenda que não vamos acabar com sua timidez – afinal, ela faz parte de quem você é. Mas, sim, aprender a conviver melhor com ela. E até mesmo usar isso a seu favor. Se você pensar bem, uma das pessoas responsáveis por popularizar o Youtube no Brasil, o PC Siqueira, era um cara extremamente tímido que soube usar isso a seu favor para construir sua personalidade. É importante entender que você precisa fazer a mente acreditar que a timidez não vai deixar de estar ali, mas nem por isso você será movido por ela. Até porque, **NINGUÉM DEVE ACREDITAR MAIS EM VOCÊ DO QUE VOCÊ MESMO!**

E caso esse frio na barriga não saia de jeito nenhum, saiba que isso é normal. Até Ricardo Ventura sente um frio na barriga antes de subir no palco. *O errado é não ter essa sensação.*

APRENDENDO AS CLÁSSICA TÉCNICAS DE ORATÓRIA

Até agora, eu reforcei bastante a importância da comunicação. E, quando o assunto é falar em público, precisamos ter uma boa estrutura, objetivos claros e passar o que conhecemos adiante, além de divertir as pessoas e fazer com que elas tenham vontade de te ouvir. *É uma arte!*

Mas, assim como toda arte, existem alguns caminhos que podemos seguir.

A oratória, por exemplo, é um conjunto de regras e técnicas que te ajudam a criar um discurso melhor, fazendo com que o orador se aperfeiçoe cada vez mais.

Porém, essas dicas são um pouco ultrapassadas e não funcionam em muitos contextos da nossa sociedade. Apesar disso, é importante entendê-las, porque é parte importante da sua construção. Um Extreme Speaker precisa ser um bom orador, mas não é apenas isso!

Muitos estudiosos da comunicação dizem que a oratória nasceu há muito tempo, lá pelo século V a.C. O curioso é que pouco mudou desde lá!

Na época, na Sicília, ela surgiu para ajudar os advogados da época a se prepararem melhor para seus trabalhos (como reaver propriedades e bens daqueles que os contrataram).

Esses advogados precisavam ser bem convincentes, porque as posses eram retiradas dos clientes por tiranos e déspotas. Era um trabalho bem complicado, que exigia muita *persuasão*.

Diante disso, dá pra entender bem o que são as técnicas de oratória: convencer o interlocutor, ter argumentos e caminhos para qualquer

possibilidade.

A oratória se forma por uma estrutura muito simples:

- O modo de se apresentar
- A postura ereta e confiante
- A preparação da imagem pessoal
- O poder para argumentar

Nós precisamos de todo o poder da oratória. E quando você ficar à vontade com essa estrutura, estará um passo mais perto de se tornar um Extreme Speaker.

É um bônus para você que é tímido ou ainda sente o falso medo em falar em público!

Antes de tudo, na oratória, é importante reservar tempo suficiente para escrever o que você vai falar. Sempre feito com antecedência para conseguir revisar. Por exemplo: um texto para 30 minutos de discurso tem cerca de 4.800 palavras.

Se você usar tópicos, lembre-se de fazê-los curtos. Resuma cada tema e reúna o material em forma de notas. Além disso, não tenha medo de repetições. Por mais que sejam ruins na escrita, na fala é comum – *e não te deixa tão engessado*.

Para montar o conteúdo, pesquise bastante sobre o que você vai falar. Vale desde livros até a internet. Estude muito o material – quanto mais souber sobre ele, mais seguro você fica na palestra!

Aproveite para trazer informações novas àquele tema. Não fale o que todo mundo espera ouvir. E TREINE BASTANTE! Isso também vai te trazer segurança para falar em público.

Um discurso ou palestra não é muito mais que um modo de convencer seu público de algo. É necessário passar um conteúdo, mas também fazer com que quem está na plateia queira seguir à risca o que você diz.

Para isso, é necessário preparar um discurso que tente responder, para si mesmo, estas perguntas:

- 1) Qual é o tema?
- 2) Qual o objetivo desta apresentação?

- 3) Qual é o público-alvo?
- 4) Quantas pessoas serão?
- 5) O que eles sabem sobre o assunto?
- 6) Por que eles estão aqui?
- 7) Como eles chegaram até você?
- 8) Onde devo ficar? (Pense se vão te ouvir e enxergar)
- 9) O que eles precisam?
- 10) O que eu preciso?
- 11) Quais necessidades eu devo tratar?
- 12) O que os ouvintes esperam de mim?
- 13) Quanto tempo dura a apresentação?
- 14) Quais recursos vou usar?

Para começar, tenha em mente que o discurso precisa ser dividido em três etapas: introdução, corpo e conclusão.

A introdução revela o que será tratado na apresentação. Ela é essencial para manter a atenção do público e preparar o ânimo do ouvinte. Uma sequência que você pode seguir é: apresentação pessoal, comentar os pontos principais e objetivos e explicar a metodologia usada.

Antes da apresentação, tente pensar em coisas positivas e converse somente com quem te deixa bem. As pessoas não estão ali para perderem tempo, por isso desejam que você tenha sucesso. Você é o anfitrião, responsável pelo bem estar do seu público. Deixe isso claro de começo: mostre os benefícios que eles terão ao ouvi-lo.

Mas não tenha pressa para começar! Respire, fique tranquilo e se acalme. Se estiver desconfortável, ganhe tempo com algumas ações, como testar o microfone, falar com os componentes da mesa (se houver), arrumar os slides, etc. Preste atenção ao que as pessoas estão fazendo e conversando – desta forma, você não fica atolado no que vai dizer e se acalma um pouco.

Se você quer prender e cativar a plateia, tenha em mente que é necessário, antes de tudo, respeito. Ou seja: comece com a pontualidade! E, usando as

dicas do capítulo anterior, seja confiante – *sem se sentir inferior ou superior àqueles que estão à sua frente.*

Para que seu público te entenda bem, fale com boa intensidade, em um tom que não seja alto nem baixo demais. Também fique no meio entre lento e rápido demais, sempre pronunciando bem as palavras, sem exagero e com emoção.

O ritmo e altura da voz são dois fatores importantes na oratória. Além disso, tenha um vocabulário adequado à sua plateia. Demonstre interesse e envolvimento pelo assunto, pois assim ela poderá te acompanhar do começo ao fim.

Para criar um clima maior de aproximação, brinque um pouco! Você não precisa se expor, mas pode criar um clima mais descontraído ao comentar um defeito seu ou algo assim. E estude bem sua plateia: as expressões falam. *E muito!*

Já a segunda parte, o corpo, é o desenvolvimento do discurso. É ele que vai mostrar à plateia o que você está fazendo ali. Para isso, o discurso deve ser simples e ter uma ordem clara e precisa.

Use sempre uma linguagem clara, com frases curtas e ritmo suave, transitando entre os pontos de uma forma lógica e uma ordem que faça sentido para quem te escuta. O cérebro retém pouca informação auditiva, então quanto mais acessível a sua oratória, melhor!

Exemplificar o que você diz é outra forma de fazer seu público entender o que você está dizendo. Não tenha medo de usar dados, com moderação, claro.

Ao falar, faça contatos visuais com todas as pessoas que estão ali. Lembre-se: elas têm mais simpatia por você do que hostilidade. Se elas estão ali, é porque querem te escutar, querem ser vistas. O contato visual é um dos toques mais doces que um Extreme Speaker pode fazer pela sua plateia.

E se bater o branco, repita a última frase para tentar se lembrar onde estava. Outro macete é dizer aos ouvintes que irá voltar ao assunto mais tarde, como uma espécie de trailer de filme.

E faça perguntas! O público também tem muito a acrescentar. Faça perguntas para sua plateia, seja em grupo ou individual. É importante fazer com que

eles se sintam importantes.

Por fim, o terceiro passo é a conclusão. Ou seja: o final do seu discurso. Ele precisa resumir o que foi dito, além de alguns outros fatores. Por exemplo: faça um resumo do conteúdo principal do discurso. Dessa forma, o público pode relembrar o que já foi dito e entender o porquê da sua conclusão.

Não se esqueça de uma *frase de efeito*, inclusive de agradecimento. Às vezes, uma síntese em uma frase pode clarear todas as dúvidas do público. E claro: não deixe que sua plateia saia dali sem entender o que você disse!

Uma dica: não termine com “por hoje é só”. Sempre use como despedida uma frase de agradecimento pela atenção, um “boa noite” e frases assim.

É importante você entender, também, que há três formas básicas de se apresentar um discurso: a fala de improviso, o discurso com alguns pequenos tópicos anotados e o discurso em forma de leitura.

É claro que espontaneidade é sempre importante. Não é porque você estudou algo e se preparou que vai se apresentar de forma robótica. Quanto mais espontâneo, melhor será seu discurso – *e mais envolvido o público fica*. Por isso, tente recorrer ao papel e anotações o mínimo que conseguir.

Por mais que essas dicas sejam mais básicas, elas são importantes se você quer começar e não sabe por onde. Nós já conversamos sobre timidez, medo de falar em público e a importância da comunicação. Com essas dicas, você pode colocar tudo o que falei em prática. Ou, pelo menos, de início. Porque há muito mais no decorrer do livro se você quer se tornar um Extreme Speaker!

Como eu disse logo no começo do capítulo, a oratória é apenas o básico. Ela formará oradores para se apresentar em público e repetir alguns textos prontos. Mas o nosso objetivo é ser muito mais que o orador. SOMOS EXTREME SPEAKERS!

A CAPACIDADE DE SE RECONHECER NO PRÓXIMO

No começo deste livro, quando contei a história da comunicação, eu citei algo muito importante: o quanto essa evolução nos ajudou a sobreviver. Nos dias de hoje, essa afirmação se torna ainda mais necessária. Afinal, o que somos nós sem a informação? E o que é a informação sem uma forma de se comunicar com o próximo?

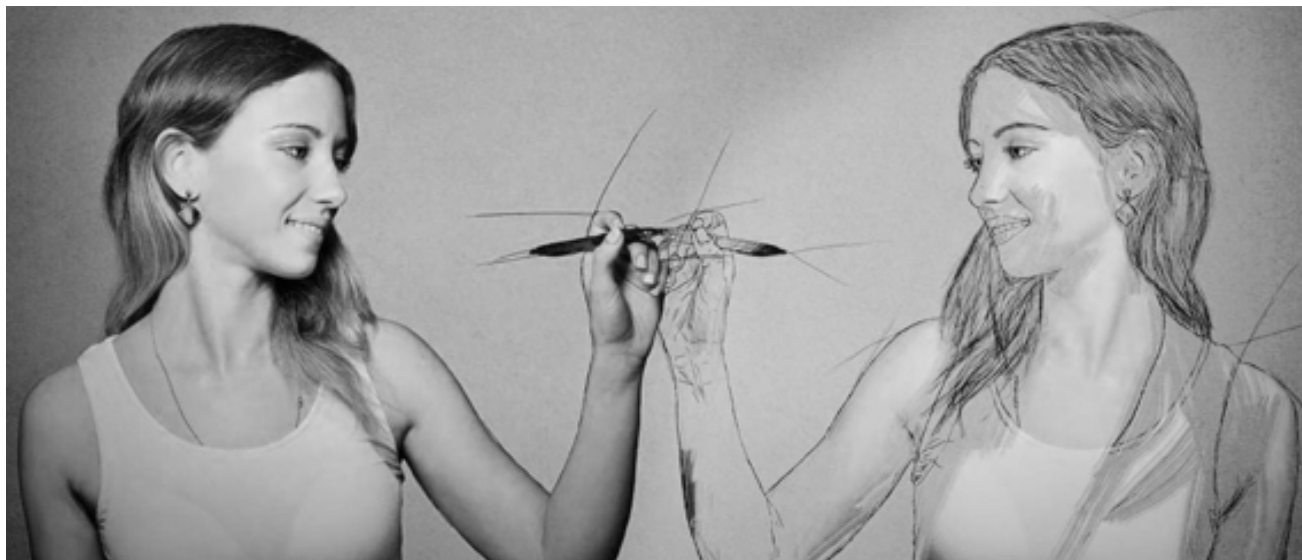
Foi nossa capacidade de se comunicar que manteve a nossa espécie viva por tantos anos. Nós aprendemos com essa habilidade que éramos capazes de informar quando estávamos com fome, quais os locais mais seguros para se esconder, quais alimentos mais nos fortificavam, quais informações eram essenciais para a espécie... Tudo o que sabemos e somos hoje começou assim: porque alguém passou a informação adiante.

Quando nós conversamos com alguém, um laço é criado naquele momento. Se essa conexão não acontece, a conversa se torna tediosa, a ponto de desligarmos nosso cérebro no momento.

Agora, imagina se, há milhares de anos, um homem tentasse comunicar uma catástrofe e não conseguisse, porque não era capaz de manter a atenção dos outros?

Esse laço momentâneo de ligação que acontece enquanto nos comunicamos define o grau de interesse da conversa. Manter o ouvinte prestando atenção e, ainda mais, absorvendo o conteúdo de um bate-papo, não é uma tarefa fácil. Por isso, usamos algumas técnicas importantes nesse processo.

Mas saiba que não importa quantas técnicas você conheça para chamar a atenção das pessoas numa conversa, ao escrever um artigo, fechar uma venda ou palestrar. Todas essas técnicas devem passar por um local específico: o RAPPORT!



Este é um conceito da Psicologia, e uma técnica usada para criar uma sintonia e empatia com outra pessoa. O nome vem do francês e não existe uma tradução, mas, em português, seria algo como entrar na mesma “vibe”.

O *rapport* não é uma simples técnica. É a capacidade de estabelecer uma relação entre duas pessoas. É a capacidade da outra pessoa se enxergar em você e ter mais confiança. Na terapia, por exemplo, faz com que o paciente fique mais aberto e receptivo durante a consulta, sendo que é uma capacidade de resposta a nível inconsciente. Desta forma, a pessoa consegue interagir, trocar e receber informações com maior facilidade.

O *rapport* acontece quando existe uma sensação de sintonia entre duas ou mais pessoas, já que a relação é feita através do reconhecimento. Tecnicamente, ele inclui três componentes comportamentais: atenção mútua, positividade mútua e coordenação.

Conectar pessoas dessas formas é essencial para criar laços de compreensão. Além disso, é importante na identificação de diversas manifestações comportamentais e pode ser usado tanto em relacionamentos pessoais quanto profissionais.

O *rapport* é uma das maneiras mais rápidas e eficientes de gerar confiança no processo de comunicação. Isso porque nós confiamos em pessoas

parecidas conosco. Então, se torna mais fácil sugerir algo, conduzir o caminho adequado e até mesmo aumentar as relações interpessoais.

No coaching, por exemplo, o *rapport* é utilizado para criar sinergia com o cliente e torná-lo mais receptivo durante os encontros. Ele também constrói laços de compreensão e estabelece um diálogo em que todas as opiniões são consideradas, bem como pontos de vista e valores. Já no mundo empresarial, essa fórmula é utilizada estrategicamente em processos de negociações e vendas. Na vida pessoal, a técnica é relacionada à sedução, sendo utilizada para melhorar a relação de um casal ou conquistar alguém interessante.

Isso não significa que usar a técnica é aceitar todas as opiniões de um terceiro. Na verdade, o objetivo aqui é fazer com que essa pessoa te escute. É comum tentarem forçar o *rapport* com objetivo de manipular alguém. Mas, desta forma, ela sempre percebe, desconfia e reage negativamente.

Por isso, digo que não há como forçar o *rapport*: você precisa manter a sua personalidade e espelhar alguns pequenos detalhes da outra pessoa. E de forma sincera! É isso que faz ser algo tão natural para algumas pessoas, sem esforço consciente.

Até porque criar uma atmosfera de confiança e harmonia precisa acontecer de forma sincera. Quando você tenta vender algo, seja um produto, um serviço ou uma informação, e não tenta criar uma conexão, o cérebro processa a informação de forma diferente: ele entende que seu único objetivo é fazer a pessoa aceitar aquilo.

Eu sempre digo que o pior comentário que posso receber é “*Você é um excelente vendedor*”. Quando me dizem isso, é porque eu não criei o *rapport*. Apenas tentei empurrar um produto ou ideia sem conquistar a outra pessoa.

Já quando você usa a técnica de *rapport* e constrói um relacionamento, mesmo que momentâneo, aquela comunicação é muito mais fácil. Isso sem contar que, falando a longo prazo, é muito mais duradoura.

Um dos exemplos mais clássicos de como o *rapport* funciona é a sala de espera do médico. Você começa a conversar com uma pessoa que nunca viu, conta toda a história da sua vida, quase entrega a senha do banco de tanto confiança que gera, e logo em seguida vai embora para nunca mais se verem. Aquela situação faz com que as duas pessoas se reconheçam em problemas

parecidos e, por mais diferentes que sejam, elas criam uma conexão instantânea de confiança.

Agora que você já entendeu a importância do *rapport*, é hora de começar a espelhar outras pessoas para gerar esse sentimento de confiança.

Antes de tudo, vamos entender alguns elementos do *rapport*. As emoções são a chave universal. Se a outra pessoa está feliz, busque transmitir felicidade. Se ela está brava com uma situação, mostre que você sentiria o mesmo no lugar dela. Nós costumamos nos aproximar de pessoas com momentos emocionais como o nosso. É natural.

Além disso, há também muitos outros fatores, como estabelecer contato visual, demonstrar uma expressão facial alinhada com a outra pessoa, espelhar alguns detalhes da postura corporal, manter o equilíbrio emocional, simular o tom de voz, manter o ritmo da conversa no mesmo ritmo que a outra pessoa, usar palavras que façam parte de seu vocabulário e, até mesmo, espelhar alguns gestos e movimentos característicos.

Existem diversas formas de se construir um *rapport*. Geralmente, funciona melhor quando você pratica de um modo em que é capaz de fazer isso inconscientemente.

Para tanto, você pode espelhar qualquer parte do comportamento das pessoas com quem convive e ajustar seus comportamentos (verbal e não verbal) para se mover junto com essas pessoas.

Dessa forma, você dará um “comando” para o inconsciente do outro, como se falasse “*confia em mim, sou parecido com você*”. Como esse comando é feito de uma forma inconsciente, use descrição, elegância e sutileza. Algo descarado pode irritar seu interlocutor, como se fosse uma criança implicante.

Por exemplo: combine a sua respiração e movimentos corporais com a da outra pessoa. Se ele cruzar as pernas, faça o mesmo. Ou, para ser mais sutil, cruze outra parte do corpo. O mesmo vale para o piscar de olhos: o *timing* é muito necessário nesse momento!

Quando responder seu interlocutor, use as mesmas palavras. Por exemplo: se ele disse “falar” ao invés “dizer”, siga-o. Duvida que funciona? Faça uma tentativa! Na sua próxima conversa, palestra ou até mesmo uma reunião, dê

uma olhada ao redor da sala e você vai perceber como a linguagem corporal do público está sincronizada. Esse é um rapport real em ação.

Na escrita, também funciona!

Se você está conversando por mensagem com uma pessoa que usa muitas gírias, incorpore algumas na conversa. O mesmo vale para abreviações ou palavras mais usadas na internet (como memes, emojis, vícios de linguagem, entre outros). Esse uso de palavras parecidas te coloca em um mesmo grupo social.

E, claro, faça perguntas! Quando você faz isso, se mostra interessado na vida do outro. Além disso, cria laços ao descobrir interesses em comum. Nada como alguém que gosta das mesmas coisas que nós para aumentar a empatia, certo?

Analise o comportamento de homens que conseguem atrair muitas mulheres e verá que eles estão utilizando todas essas dicas. Conversam com elas de um jeito mais doce que o normal, usam termos que elas estão usando, copiam alguns pequenos movimentos (como cruzar os braços quando a mulher cruza a perna), repetem as emoções que elas estão demonstrando, fazem muitas perguntas e, principalmente, demonstram ter os mesmos interesses. E, como eu disse antes, toda comunicação é um jogo de sedução.

Todas essas dicas de “copiar” o comportamento de outra pessoa tem um nome específico: espelhar. Ele recebe esse nome porque é como se os movimentos do interlocutor refletissem em você. Claro, com respeito e de uma forma sutil, em um nível inconsciente, como citei antes. É uma forma do outro se sentir reconhecido e apreciar o seu interesse por ele. Mesmo sem perceber conscientemente, o espelhamento tem um efeito incrível.

Espelhar é uma ação feita automaticamente quando estamos ao redor de alguém que nos faz sentir confortáveis. Aprender a usar isso para gerar o rapport ajuda a melhorar nossa comunicação com qualquer pessoa. E claro: conquistar nossos objetivos e metas.

Dúvida? Escolha algumas pessoas com quem você quer melhorar a comunicação e use a técnica de espelhamento por alguns minutos. A DIFERENÇA É PERCEPTÍVEL!

Portanto, os principais comportamentos que você pode espelhar são:

- Postura corporal
- Expressões faciais
- Respiração
- Gestos da mão
- Movimentos dos pés
- Movimento dos olhos
- Deslocamento de peso
- Qualidades vocais (tom, volume, ritmo, velocidade, etc.)
- Palavras

Pense nesses movimentos como uma dança: primeiro você acompanha seu par no ritmo da música. Depois, ele que te acompanhará. No caso do rapport, pode acontecer de o outro te espelhar. É nesse momento que ela aceita melhor sua sugestão, negócio, produto, entre outros. Quando a pessoa começa a lhe seguir, é porque você já conquistou sua confiança e ela se abriu toda para o que você tem a dizer ou vender.

Há também outra técnica chamada combinar. A diferença para a anterior está no timing: enquanto espelhar acontece simultaneamente, combinar permite um atraso. Ou seja: enquanto alguém faz um gesto, você fica quieto. Quando você tiver o poder da fala, você “espelha” os movimentos. E você pode cruzar o espelhamento. ¹

¹ **Equiparação cruzada:** escolher combinar um dos comportamentos a um correspondente, porém de um tipo diferente. Por exemplo, combinar a velocidade e ritmo das piscadas da outra pessoa com pancadinhas com seu dedo.

Assim como todas as dicas de comunicação que citei até agora, a técnica de rapport exige muita prática para se aperfeiçoar. Quanto mais praticar, mais consciente dos ritmos, gestos, respiração e manias dos outros você ficará.

Tente usar a técnica no seu grupo de amigos, família ou com colegas de trabalho. Como você já tem uma ligação com eles, será mais fácil estabelecer o rapport de início. Depois, pratique bastante! Vá ampliando a roda de pessoas com quem você “treina”. Aos poucos, vai entender e formar todo seu repertório de rapport. *Acredite!*

AS PODEROAS TÉCNICAS DE PERSUASÃO

Eu já falei bastante sobre a importância da comunicação. Gosto de deixar isso frisado, porque ela é a base para tudo que estamos aprendendo neste livro. E, como citei anteriormente, a comunicação acontece não só quando falamos alguma coisa, mas também pelo movimento do nosso corpo.

E é justamente por isso que eu fiz questão de frisar há alguns capítulos que as técnicas de oratória são importantes. *Porém*, não basta ser um orador para ser um Extreme Speaker. E, a partir daqui, vamos focar completamente no que te diferencia de outras pessoas. O conhecimento que vamos aprofundar agora é o que separa comunicadores extremos de meros oradores.

Vamos lá?

Pense que braços cruzados, movimento dos olhos, posição da boca, olhar tenso, entre outros movimentos, fazem parte da linguagem corporal. Nosso corpo vive emitindo uma mensagem, inclusive aquelas que não queremos expor. E entender isso é essencial se você vai trabalhar com público. Afinal, pode usar esse conhecimento a seu favor.

A linguagem corporal é uma forma do nosso corpo se expressar por meio de gestos, expressões faciais, proximidade entre pessoas, posturas, entre outros. Há vários estudos sobre o meio, mas vamos focar na Programação Neurolinguística, conhecida como PNL. *A minha área de estudos!*

Essa técnica ganhou fama nos últimos anos e pode ser um termo muito complicado para a maioria, já que o nome parece difícil, mas não é tão complicada assim de entender. Vamos lá!



Os estudos sobre PNL começaram nos anos 70 com Richard Bandler, programador pela Universidade da Califórnia, e John Grinder, linguista. Um dos primeiros trabalhos realizados por eles foram modelar famosos terapeutas para identificar padrões internos e externos que eles usavam e que tornavam o trabalho tão efetivo.

Então, Bandler e Grinder começaram a modelar os terapeutas nas linguagens *verbal* e *não verbal*. O objetivo era desenvolver técnicas que pudessem ser replicadas por eles mesmos, elevando os resultados dos seus próprios atendimentos. Outros estudantes e pesquisadores ampliaram esses conhecimentos para negócios, artes e criação, focando sempre em pessoas de sucesso e buscando identificar os padrões que diferenciavam nos resultados dessas pessoas.

Entre as observações, eles perceberam que padrões externos, como comportamentos e linguagens específicas, ajudavam nas atividades com excelência e influenciava os resultados. Além de, também, padrões internos, como crenças e pressupostos, recursos importantes para o alcance do sucesso.

Em 1974, foi proposto um conjunto de modelos e princípios que descrevem a relação entre mente e linguagem e como essa relação pode ser organizada para afetar a mente, corpo ou comportamento. Chamada: PROGRAMAÇÃO NEUROLINGUÍSTICA.

A PNL é considerada uma metodologia de estudo da estrutura subjetiva da experiência humana e sua aplicação na geração de novos comportamentos ou

aperfeiçoá-los, sendo classificada como “ferramenta educacional”. Ela não é exatamente uma ciência, mas uma metodologia. Trata de linguagem, mas não é uma Linguística, aborda sistemas, mas não é Cibernética. Também fala sobre comportamento e mudança, mas não é Psicologia. Tampouco Administração, Política, Comunicação ou Pedagogia porque traz temas como liderança, motivação e aprendizagem.

A Programação Neurolinguística se aproveita de conhecimentos de vários campos, relacionando em uma metodologia só. Ela é um corpo de conhecimentos que busca aprimorar a comunicação do ser humano, facilitando alcançar as metas desejadas.

É importante entender que essa técnica é pragmática e se importa muito com os resultados. O termo “programação” remete à analogia do computador para a mente humana, encarando o cérebro como a parte física e os pensamentos como a parte de programas. É como se pudéssemos “reprogramar” essa segunda parte, corrigindo erros gerados anteriormente.

A PNL entende que todas as nossas atitudes estão diretamente relacionadas às nossas sensações e aos cinco sentidos: audição, paladar, olfato, visão e tato. Conscientemente ou não, tudo o que fazemos é com base neles.

Por exemplo: quando você gosta de uma roupa, é porque usou sua visão para enviar o recado ao cérebro. Ele mexe com seu corpo e faz com que reconheça a beleza naquela peça, te dando uma boa sensação.

Essa é uma prova de como nosso corpo e mente estão sempre trabalhando juntos para desvendar o mundo ao nosso redor e tomar uma atitude. Deixando a parte neura de lado, podemos usar a linguagem verbal e não verbal para organizar esses comportamentos e pensamentos. Afinal, quando estremecemos por conta do frio, quando fazemos uma expressão de nojo ao sentir um cheiro ruim ou quando reviramos os olhos quando estamos impacientes, estamos nos comunicando.

A programação é a forma como organizamos todos esses processos em nossa mente com objetivo de termos resultados melhores em nossas ações. E você pode adicioná-la ao seu dia a dia, de diversas maneiras: melhorar resultados pessoais, bater metas de vendas no fim do mês, entre outros. Quando você entende como funciona a PNL, é capaz de organizar as informações na sua mente de forma mais objetiva.

A PNL também pode ser usada em outras pessoas como uma ferramenta para sanar problemas profundos. E, claro, para influenciar quem está à sua volta: clientes, funcionários, plateias, amigos, namoradas, etc.

Além disso, esse método também tem como objetivo melhorar a comunicação. Tudo isso com um conjunto de métodos e estratégias, visando uma comunicação positiva e eficiente entre as pessoas.

Resumindo: nossos comportamentos possuem uma estrutura interna de pensamentos e emoções que têm ligação direta com nossas ações. Por trás de tudo que fazemos, existe uma razão. *Lembra que citei exemplos*, como revirar os olhos, fazer cara de nojo, entre outras expressões?

Agora, imagine que você está conversando com alguém ou fazendo uma palestra. O quanto o conhecimento de PNL poderia te ajudar? O quanto a PNL poderia te auxiliar a fechar negócios e conseguir uma comunicação mais efetiva?

A PNL nos ajuda a compreender melhor o funcionamento interno do corpo. Por meio dela, é possível identificar nossos modelos mentais, a fim de questioná-los e refletir sobre eles.

Até porque todos nós temos histórias de vida, interesses, valores, crenças e motivações diferentes. Cada um de nós tem percepções de mundo diferentes. Então, acabamos enxergando cada situação de uma forma distinta e reagindo a elas do nosso modo.

A realidade externa é a mesma, mas forma uma representação interna diferente, resultando em emoções que interferem em nossa fisiologia e comportamento. É por isso que devemos entender a PNL e estudar cada pessoa que nos escuta. Afinal, cada uma tem uma reação distinta.

É por isso que a Programação Neurolinguística vai além das técnicas: está relacionada aos resultados. Ela gera uma reflexão sobre a identidade que queremos construir como líderes, profissionais ou até mesmo como pessoas.

O foco da PNL está em alguns campos ligados a comportamento e comunicação, como:

- Identificar nossos mapas mentais (tema que falo no próximo capítulo) e seu impacto em nosso comportamento.

- Ensinar como estruturar pensamentos e ações.
- Mudar nossa forma de pensar para não focarmos no problema e sim nas soluções.
- Gerar autoconhecimento sobre nossas experiências internas e consequências externas.
- Ensinar técnicas para diminuir os obstáculos na mudança de comportamento.
- Desenvolver habilidades para adquirir excelência nas áreas da vida.
- Entender como funciona nossa identidade emocional.

Além disso, as pressuposições da PNL são os princípios nos quais a aplicação se fundamenta, sendo:

- Ter uma escolha ou opção é melhor do que não ter.
- As pessoas funcionam perfeitamente.
- Mente e corpo funcionam como um sistema.
- As pessoas respondem à sua própria interpretação de realidade.
- As pessoas fazem a melhor escolha que podem naquele momento.
- Todo comportamento tem intenção positiva.
- A mente inconsciente contrabalança a consciente.
- Toda ação tem um propósito.
- A comunicação não significa só o que você pretende, mas também a resposta que obtém.
- Se não temos todos os recursos que precisamos, podemos criá-los.
- Nós processamos as informações por meio de nossos sentidos.
- Se quiser compreender algo, aja.
- Treino leva à excelência.

Como você pode ver por esses tópicos, nossa mente cria modelos da realidade e usa as referências dos nossos cinco sentidos. Por isso, um dos pontos básicos que a PNL trata é a diferença entre mundo real e mundo percebido.

A mente para a PNL é uma construção de experiências perceptivas que são processadas em várias camadas. Ou seja: níveis conscientes e inconscientes. A técnica traz vários conceitos da teoria da comunicação, linguística, cibernética, teoria dos sistemas, terapia familiar, da hipnose ericksoniana e

da neurociência para construir alguns pressupostos. Tudo isso deu resultado a uma série de parâmetros para tentar explicar a “*caixa preta*” da mente humana. E, dessa forma, tentar entender como mudar o comportamento a partir da comunicação. Por esse conjunto de fatores que esse conhecimento é importante para os Extreme Speakers.

Com exercícios de mudança, as práticas da PNL visam alinhar o pensamento lógico e intuitivo (ou seja, a dedução e a indução) a fim de conectar toda a motivação e emoção que podem estar dispersos para ficarem à serviço das decisões do indivíduo. Para isso, utiliza técnicas que podem ser chamadas de meditativas e hipnóticas, fazendo com que a pessoa utilize seu pensamento de uma melhor maneira.

Os exercícios recorrem a estados de transe. Inclusive, já se tornaram técnicas de *concurseiros* por melhorarem desempenho, estresse, problemas de concentração, memória e ansiedade do candidato. Um Extreme Speaker consegue levar qualquer pessoa a fazer qualquer coisa justamente por ter esse conjunto de conhecimentos. Mas ainda tem muitas outras vantagens!

Além de auxiliar na sua comunicação, ela também pode ser utilizada como um método investigativo ou em tratamentos contra depressão, ansiedade, síndrome do pânico, estresse, tiques, tabagismo, fobias, obesidade, baixa autoestima, compulsões, dificuldade de aprendizado, doenças psicossomáticas, gagueira e dores, como enxaquecas.

Mas, para usar todos os gatilhos da Programação Neurolinguística, precisamos entender como o nosso cérebro funciona.

DESVENDANDO OS MAPAS MENTAIS

Entender os mapas mentais é essencial para tudo que acontece. Afinal, nosso cérebro comanda desde as batidas do coração até o nosso andar.

O cérebro segue um padrão para organizar informações e conhecê-las. É uma forma de identificar de maneira mais simples os pontos importantes nas pessoas – como comunicação verbal e não verbal.

Até porque o mundo é uma infinidade de impressões e nós somos capazes de perceber uma pequena parte delas. Tudo que chega até nós é filtrado por tudo o que somos e vivemos até então. Tudo passa pela nossa visão de mundo,

que é diretamente influenciada por cultura, linguagem, crenças, valores, interesses e suposições.

Como seres humanos, nós não conhecemos a realidade. Tudo o que conhecemos é apenas a percepção que temos de realidade. É tudo o que chega até nós por meio dos cinco sentidos: visão, olfato, paladar, tato e audição. Nosso cérebro não faz distinção entre realidade e fantasia. Para ele, se você representa algo internamente, aquilo é realidade.

Nós basicamente construímos um mapa. O nosso mapa!

Essa analogia é a maneira como nós damos significado para o mundo. Nossos mapas são seletivos, por isso algumas informações ficam de fora. Isso porque nós concentramos nossa atenção no que nos interessa, assim podemos usar essas informações para nossos objetivos.

Já percebeu como duas pessoas podem estar em um mesmo local, na mesma situação, mas contarem aquela memória de uma forma distinta?

Isso porque cada um vai olhar aquele momento de uma forma diferente. Se você juntar um artista, um designer de interiores e um engenheiro em frente a uma construção, cada um vai se lembrar daquela cena por meio da visão de mundo que tem. O artista vai imaginar a paisagem. O designer de interiores vai pensar na decoração. Já o engenheiro vai se importar mais com a estrutura física do prédio. Caso você pergunte para o artista se a construção era retangular ou mais quadrada, talvez ele não se lembre.

Para nossa vida, podemos simplificar isso dessa forma: se você procura soluções, encontra soluções. Se procura problemas, encontra problemas.

Tudo isso que eu falei são os mapas mentais, também conhecidos como *mapeamento mental* ou *mapeamento de informação*. Eles explicam a metodologia esquemática de organização e registro de informações. Nosso cérebro preserva tudo o que recebemos e capta, por nossos cinco sentidos, o significado das coisas, ações, pensamentos ou sentimentos.

São esses mapas que definem como cada pessoa irá interpretar o que acontece a sua volta: como irá se sentir, pensar ou agir, por exemplo. A maioria deles são inconscientes e não sabemos o motivo de possuí-los. Isso faz com que, muitas vezes, alguém “aja sem pensar”.

Mas por que você precisa saber disso tudo?

As técnicas de registro de informações foram desenvolvidas por indivíduos que obtêm grande desempenho de memorização, ordenação e resgate de conhecimento. Eles são identificados como pessoas que aprendem muito. Ou seja: são aqueles excelentes alunos, profissionais ou pessoas do seu círculo de convivência.

Entender isso é um processo natural, sem sofrimento e até mesmo incompreensível para muitas pessoas. Isso explica, por exemplo, por que em uma sala de aula há pessoas com mais facilidade de aprendizado do que outras, mesmo obtendo a mesma fonte de conteúdo.

Essas técnicas foram observadas e estudadas para que as pessoas tivessem acesso a elas. Principalmente aquelas que desejam melhorar seu desempenho no aprendizado e aperfeiçoar seus esforços de aprender, memorizar, sistematizar, organizar, classificar, criar, recordar e gerenciar informações.

É assim que você pode melhorar as táticas do dia a dia. E, claro, o conteúdo que você precisa usar em uma palestra ou reunião. O Extreme Speaker precisa entender que em uma sala com MIL pessoas existem MIL visões de mundo diferente. E sabe qual delas é a real? TODAS! Portanto, precisa aprender como entrar nesses mapas.

Para isso, é importante entender que nossos pensamentos e recordações possuem um padrão. Quando este é modificado, nossa experiência também é. Podemos neutralizar algumas lembranças desagradáveis e enriquecer outras que são mais úteis, por exemplo.

Quando fazemos isso, nós nos damos conta de que tudo é questão de treino. Ou seja: se alguém consegue realizar algo, você também pode. Nada é impossível – *e você deve acreditar nisso*. Os limites que conhecemos têm como base nossas experiências.

Por isso, se o que você está dizendo não está surtindo a reação necessária para aquela conversa, tente outro caminho pelo mapa mental.

Faça algo diferente. Se você continuar fazendo o de sempre, só vai conseguir o de sempre. Para garantir algo novo, você precisa tentar outras alternativas. Acredite: você já possui todos os recursos que precisa. Use-os para construir qualquer pensamento, sentimento ou habilidade. Coloque suas imagens mentais, sensações, sentimentos e intuição para construir outros recursos mentais e físicos.

E não tenha medo de construir outro mapa para você. Afinal, nossos caminhos não precisam ser sempre os mesmos. É só trocar o destino – *você é quem manda nele.*

GATILHOS MENTAIS DA PERSUAÇÃO

Sabendo como o cérebro funciona, um Extreme Speaker pode entrar nos cantos mais profundos da mente humana para implantar uma ideia, seduzir alguém ou vender um produto.

Diariamente, nós somos bombardeados de decisões a tomar. O que comer no café da manhã? Que horas acordar? Qual roupa escolher? Qual pé coloco primeiro para andar? Qual música escutar? Por que escolher preto ao invés de branco? Até o fato de não decidir por nada é uma decisão.

Tudo o que escolhemos é com base na experiência de vida que temos. Você lembra que falei sobre os mapas mentais e em como eles influenciam o que somos hoje? As suas decisões também são consequências da sua trajetória.

Quando você escolhe um sapato vermelho é porque, no decorrer da sua vida, você teve algum contato com a cor. Quando você escolhe uma blusa branca para usar naquele dia, pode estar relacionado ao seu humor. Quando você coloca primeiro o pé direito do tênis, está relacionado com sua bagagem até aquele momento.

Essas emoções, bem como expectativa, cultura, crenças, lembranças, entre outros, são os motivos que nos ajudam a escolher qual caminho tomar.

E que tal entender o que nos faz escolher algo para usar isso ao seu favor? Fazer alguém decidir pelo seu produto, pela sua ideia, pela sua empresa, ao invés da concorrência?

É aí que entram os gatilhos mentais!

Se você nunca ouviu falar sobre isso, os gatilhos mentais são as decisões que o nosso cérebro toma de forma automática para evitar nosso esgotamento diante de tantas opções.

É mais ou menos assim: nosso cérebro está cansado de depositar energia em coisas “simples” do dia a dia. Por isso, deixa esse modo no “piloto automático” e dá uma atenção especial para momentos mais complexos.

Você já percebeu como algumas coisas acontecem automaticamente quando sua mente está cansada? Como caminhar, piscar, ouvir, ver... *E por aí vai!* Você não pensa sobre: só faz!

E se sua plateia ou clientes tomassem a decisão de “comprar” seu produto ou ideia assim como caminhar, piscar e ouvir?

Nosso cérebro nem sempre vai decidir algo que está relacionado a uma necessidade real. Na verdade, ele decide conforme aquela circunstância. Quantas vezes você foi ao mercado porque queria comprar um pacote de arroz, mas saiu de lá com 1kg de batata (*porque estava na promoção*), dois potes de margarina (*porque ganhava um brinde ao comprar a dupla*) e um refrigerante (*que estava pela metade do preço*)?

Tanto a promoção quanto o brinde são gatilhos mentais! E muitas marcas elaboram campanhas e promoções para incentivar pessoas a realizarem uma compra que, sem essas motivações, talvez não fossem realizadas.

Há diversos gatilhos mentais que você pode utilizar no seu dia a dia, em discursos e na sua área profissional. Nos próximos capítulos, eu listei todos eles e expliquei o que são e como você pode utilizá-los a seu favor.

AUTORIDADE

O primeiro gatilho que vamos falar é bem peculiar. Quando usado para o “bem”, é muito eficaz. Já quando usado para o “mal”, pode ser bem nocivo.

Agora vamos entender como funciona o gatilho de autoridade.

Você está em uma escola. Em quem você sente mais confiança na informação se precisar falar com um professor: um homem de calça jeans e regata ou um homem com um avental branco e giz na mão?

Só o fato de a pessoa estar com um acessório ou algo que remete à profissão, já lhe dá autoridade para falar como tal.

Houve um grande experimento na década de 1960 realizado por Stanley Milgrim. Nele, as pessoas estavam dispostas a castigarem outros participantes por ordem de um professor (*a autoridade*).

Sempre que um participante errava uma pergunta (no caso, um ator), o outro integrante do estudo (uma pessoa comum) deveria lhe dar um choque. Este era de mentira, mas o ator fingia sentir cada vez mais dor e demonstrava isso por meio de gritos e choro.

Mesmo desconfortáveis com toda a situação, os convidados cumpriam o que era mandado porque o ser humano tem a tendência de obedecer quem ele julga como *superior*. Tudo isso por uma questão de respeito.

O gatilho aqui é justamente isso: você ser a autoridade, a pessoa de respeito. Aquele em que as pessoas confiam no que diz, no que faz, com base no nicho que atua. E principalmente: SEJA VOCÊ ESSA PESSOA!

Para utilizar esse gatilho mental em sua empresa, negócio ou conversa, tenha em mente que você precisa mostrar que entende do assunto que escolheu “vender” ou palestrar. Lembra que eu falei sobre isso anteriormente?

Uma boa dica é, antes de oferecer algum produto ou serviço pago ao seu público, ceda materiais úteis e gratuitos. Mostre que você possui experiência no assunto que se propôs a falar. Adquira confiança e a autoridade será uma consequência – *junto com a referência, que falo mais adiante*.

Vale, inclusive, usar materiais que você já tem, como vídeos de evento, fotos que remetem àquele episódio ou áudios que você já gravou sobre o tema. Se possível, peça, inclusive, para alguns especialistas do nicho gravarem depoimentos sobre você e suas habilidades.

Conquistar autoridade não é uma tarefa fácil, mas por meio de um trabalho bem feito, acaba se tornando algo natural. E se você quer chegar neste ponto, é importante respeitar o trabalho de outras pessoas. Por isso, seja humilde. *Sempre!*

E se você já conquistou sua autoridade, não a jogue no lixo. Promova pessoas e produtos nos quais você confia de verdade – afinal, credibilidade é tudo e você não pode perde-la. Confiança pode levar muito tempo para ser formada, mas pode acabar em um piscar de olhos, e você pode nunca mais conseguir isso de volta.

Mas como um Extreme Speaker pode usar isso em uma conversa, por exemplo? Ele pode se mostrar como autoridade em um assunto rapidamente ou citar autoridades na área. Em uma conversa sobre futebol na mesa de bar,

por exemplo, pode citar um comentário do PVC— *jornalista esportivo* – ou do Galvão Bueno para gerar autoridade.

RECIPROCIDADE

Um dos gatilhos mais importantes, que inclusive é a base de boa parte das campanhas de marketing digital da atualidade, é o da *reciprocidade*. Isso porque nós temos uma tendência natural de retribuir algo que nos gera valor de alguma forma. Mas claro: de forma espontânea!

Por isso, tudo que você tem a fazer é tornar a vida das pessoas mais simples e, depois, receber as consequências disso. Não o contrário. E acredite: *as pessoas sentem isso!*

Não há nada mais gratificante do que ver gentileza, ajuda, humildade... E tudo isso sem querer algo em troca. Apenas feito “de coração”, porque sentiu necessidade de retribuir de alguma forma.

É mais ou menos o seguinte pensamento: *a vida trata de retribuir quem é bom. O que vai, volta. E se você planta o bem, colhe o bem!*

Esse gatilho tão nobre pode ser usado em qualquer lugar, até mesmo fora das estratégias de marketing que eu citei anteriormente. Uma forma de usar a reciprocidade é dar um presentinho para a outra pessoa, por exemplo. Seja uma amostra grátis de um produto ou serviço, um brinde durante uma palestra ou até mesmo, um *souvenir* de viagem para um amigo.

Dessa forma, a pessoa sente que te “deve” um favor. E, como uma ação natural, vai querer retribuir. Como? Fazendo aquilo que você precisar no momento que pedir.

A reciprocidade deve se tornar um hábito. Ela gera frutos para sua vida, mas, além disso, a sensação de transformar vidas é inexplicável.

Também é importante ressaltar que existe um gatilho mental chamado de reciprocidade inversa (ou Efeito Ben Franklin). Ele é estimulado quando pedimos um pequeno favor possível a alguém.

Então, ao realizar esse pedido, o outro indivíduo passa a ter um sentimento bom por quem o pediu, até em casos de inimizade.

Mas por quê?

Porque, a partir do momento em que a pessoa executou o favor, ela percebe que a relação entre seus sentimentos anteriores é incompatível. Então, a pessoa passa a gostar da outra, justamente para que o pensamento e a atitude estejam em acordo.

Para que a reciprocidade inversa funcione, você precisa pedir um favor simples e fácil de ser realizado. Após assegurar que o pedido foi atendido, agradeça sinceramente. E não retribua o favor de instante! Assim a pessoa não entende que você fez aquilo somente para conseguir algo no momento.

E claro: continue tratando o indivíduo de maneira agradável, reforçando aquele sentimento de amizade que criaram com a reciprocidade inversa.

Em seu negócio, você pode usar este gatilho para oferecer ao público a possibilidade de te ajudar na resolução de algum problema em seus materiais. Ou seja: em que local realizar uma palestra, como resolver um problema simples (como um tapete para a entrada do negócio), entre outros.

REFERÊNCIA

Quando você faz uma escolha, geralmente, ela é baseada em algum parâmetro já estabelecido para chegar a alguma conclusão. Isso porque é comum nos concentrarmos na vantagem relativa das nossas ações.

Por exemplo, na empresa, quando você tem uma meta de vendas mensal para atingir e consegue R\$ 2 mil no fim do mês. Isso é bom ou ruim?

Tudo depende de como os seus colegas de trabalho se saíram na tarefa. Se a maioria vendeu R\$ 800, então você foi muito bem – passou o dobro. Já se a maioria vendeu R\$ 4 mil, você foi mal.

O gatilho de referência funciona assim: quando grande parte de nossas decisões é tomada com base em experiências anteriores que vivemos.

Quando vamos adquirir um serviço ou produto, nós comparamos com os concorrentes para chegar a uma conclusão. Nós avaliamos itens como preço, qualidade e custo x benefício.

Uma das maneiras de utilizar esse gatilho é apresentar de 3 a 4 propostas de preços, juntamente com os benefícios de cada pacote.

Isso irá fazer a pessoa criar uma referência de comparação para seu produto, fazendo a venda acontecer mais naturalmente. Dessa forma, o cliente fica

mais confiante de que está fazendo um bom negócio.

Um grande exemplo também são as promoções e liquidações. Mostrar o preço original e, em seguida, o novo valor com desconto. Muitas empresas de varejo fazem isso e, às vezes, as pessoas acreditam estar pagando um preço mais justo por aquela mercadoria.

Por exemplo: você pode criar uma semana de descontos na sua empresa ou um dia em que os produtos ou serviços garantem um brinde. É mais ou menos o que acontece com a *Black Friday*, sucesso nos Estados Unidos e no Brasil. Mesmo muitas pessoas chamando de “Black Fraude” por conta dos produtos custarem “metade do dobro do preço”, ainda assim o dia de descontos é aproveitado por consumidores de diversos nichos. É o gatilho da referência no seu dia a dia!

Indo para uma palestra, por exemplo, você pode trazer referências de situações. Suponha que existem dois caminhos a seguir. Um leva para uma referência já conhecida. O outro leva a algo novo e que a pessoa ainda não atingiu.

URGÊNCIA

O gatilho mental da urgência é muito parecido com o da escassez, que vou citar nos próximos capítulos. Porém, neste caso, está ligado ao tempo, pois aquele produto ou serviço tem um prazo para ser adquirido.

Tenho certeza que você já se deparou com ofertas em lojas ou na TV com as seguintes frases: *é só esta semana, só hoje você compra o produto X pela metade do preço, os descontos são apenas este mês, e por aí vai.*

Esse gatilho é muito efetivo porque mexe com uma das piores sensações do ser humano: a impossibilidade de escolher. Ele tem duas opções: adquirir o produto ou serviço agora ou deixar o prazo acabar e correr o risco de ficar sem – ou só conseguir adquiri-lo por um preço maior.

O ser humano odeia se sentir impotente e odeia sair perdendo. É aí que o gatilho da urgência faz com que a pessoa aja o mais rápido possível. Afinal, ele prefere comprar algo e se arrepender do que viver com aquela dúvida: *que diferença esse produto ou serviço faria na minha vida?*

Um exemplo muito famoso de gatilho é sua mãe. Lembra quando ela dizia: “eu vou aí em 10 minutos e quero ver este quarto em ordem”? Ela despertava

o gatilho da urgência e você arrumava em 10 minutos, o que não fez no último mês.

A urgência nos faz sentir que a sensação de perder uma oportunidade é iminente.

Para utilizar esse gatilho, entenda que as pessoas adiam as decisões e acabam desistindo quando racionalizam os fatos. O que você precisa fazer é usar o gatilho da urgência para ativar o comportamento impulsivo daquele indivíduo.

Quando estamos sob a sensação de urgência, nós não pensamos muito, apenas agimos inconscientemente. Nós não queremos cair no erro de não conseguir aquilo que está sendo oferecido, certo?

Por isso, você pode utilizar palavras e expressões que demandam uma resposta instantânea. Lembra dos exemplos que falei anteriormente? Há outras expressões como “sua última chance”, “só até hoje”, “imediato”, “agora” e “hoje é o último dia”.

Porém, faça isso somente quando o que você tem for urgente e finito. Explique o motivo de ter um prazo limitado. E seja verdadeiro! Quanto mais o motivo for sincero e incontestável, mais eficiente é o gatilho.

Um turista pelo Rio de Janeiro tem mais chances de atrair mulheres do que um carioca, por exemplo, por despertar essa urgência. Caso a mulher deixe passar, pode ser que nunca mais veja aquele homem na vida. Ou seja, precisa de urgência para tomar a decisão.

INIMIGO COMUM

Nós temos tendência a nos unir com pessoas que possuem interesses parecidos aos nossos. É mais ou menos o que eu disse no começo do livro, sobre a história da comunicação: com ela, nós criamos laços, entramos em grupos de pessoas que são parecidas conosco.

E podemos utilizar isso a nosso favor.

O gatilho de inimigo comum é capaz de gerar empatia, principalmente se for utilizado por meio de uma história.

Quando identificamos um inimigo em comum, nós estreitamos o elo de ligação entre público e marca. Afinal, todos têm um inimigo em comum.

Cabe a você descobrir qual é e estabelecer uma ligação emocional com as pessoas. Dessa forma, ele não o enxerga como vendedor. Mas como um *aliado!*

Há vários exemplos de marcas que utilizam esse meio: empresas de beleza utilizam como “inimigo” os padrões de beleza impostos pela sociedade. Algumas empresas de cerveja utilizam como “inimigo” a falta de representatividade de grupos de minoria. As marcas, quando criam essas campanhas, além de emocionarem o consumidor e dizerem que elas também lutam contra esse inimigo, ainda mostram uma posição crítica sobre aquele assunto.

Para usar o gatilho de inimigo comum, primeiro você precisa descobrir quem ou o que ele é. Qual o problema que aquela pessoa está enfrentando? O que você deseja oferecer a ela? Qual solução você está oferecendo?

Depois disso, você pode utilizar a resposta como principal argumento em suas falas. Mostre que você já passou pelo problema e que pode solucioná-lo. Por exemplo: *“eu senti que faltavam palestrantes focados em melhorar a comunicação efetiva na empresa. Fui lá, estudei sobre o tema e ocupei esse buraco”*.

Ações como essas não só mostram que você também é humano, como, conseqüentemente, te conecta ao seu público.

Caso você nunca tenha passado pelo problema que está disposto a solucionar, tente usar um exemplo real para tornar a experiência mais sólida. Busque referências no ramo, pessoas influentes e famosos que têm algum problema parecido àquele que você quer solucionar. Dessa forma, você aumenta os exemplos e mostra que você olhou para a dificuldade de outra pessoa. E melhor: se dispôs a ajudar para ninguém mais passar pelo mesmo!

O exemplo do consultório médico, que utilizei para exemplificar o que é rapport, funciona muito bem nesse caso. Você cria uma conexão imediata com a outra pessoa, porque as duas estão enfrentando um inimigo comum: aquela espera interminável do ambiente médico.

ESCASSEZ

“Precisei perder para dar valor”. Quantas vezes você já escutou essa frase de um amigo, em uma música ou até mesmo de uma pessoa no ônibus?

Geralmente quando o assunto é relacionamento.

E se eu disser que a mesma lógica funciona para tudo na vida, até para os negócios?

Nós temos mania de valorizar aquilo que é escasso. Nosso inconsciente associa que, quanto mais difícil for conseguir algo, mais raro e valioso ele é.

Estudos realizados por *Daniel Kahneman* e *Amos Tversky* comprovaram que o sentimento de perda é muito mais forte do que o sentimento de ganhar.

Por exemplo: ao comprar uma casa, você prefere R\$10mil de desconto ou não pagar a escritura no valor de R\$10 mil?

Se você é como a maioria das pessoas, você está no segundo grupo.

Mas receber um desconto não traria o mesmo resultado? Sim! Nas duas situações, você iria economizar. Na primeira, você tem uma sensação de ganhar um desconto (positiva). Já na segunda, evitar um pagamento adicional (negativa).

Já dizia sua mãe: *as palavras têm poder!*

E elas podem ser utilizadas como persuasão, utilizando o gatilho mental da escassez.

Por exemplo, ao escutar frases como “só temos um em estoque”, “esse número está acabando” ou “só restou esse tamanho deste modelo”, o comprador entra automaticamente no estado de “*não posso perder*”. É mais ou menos como funciona com a urgência, mas neste gatilho você utiliza a quantidade das coisas e não o tempo para adquiri-las.

Alguns sites de vendas, como Amazon, por exemplo, já perceberam como esse gatilho influencia nas vendas e agora adicionam a frase “*tantos produtos em estoque*” na página de venda.

Você precisa utilizar este gatilho com integridade, pois ele é um dos mais poderosos que conhecemos. Quando o cliente não está 100% seguro sobre a compra, a possibilidade de não poder adquiri-lo o fará agir.

Um exemplo de como fazer isso é anunciar que os últimos produtos estão em promoção, que um curso seu possui “vagas limitadas” ou que os 30 primeiros a adquirirem seu produto irão receber um bônus. O seu público

tende a tomar uma decisão de forma rápida e automática, já que será movido pelo medo inconsciente de perder a oportunidade.

É importante que o gatilho de escassez seja utilizado com sinceridade. Portanto, não diga que algo está acabando se realmente não estiver. Quando o público perceber que você sempre utiliza esse gatilho para chamar atenção, o efeito é contrário.

E esse gatilho funciona até mesmo na paquera. Se você pensar em qual é a mulher mais desejada pelos homens, provavelmente se deparará com uma ruiva natural. E, ao contrário do que muitos imaginam, não está ligado à etnia, mas a escassez. A porcentagem de mulheres ruivas diante das negras, morenas, loiras, asiáticas, etc. É mínima. Isso desperta no subconsciente a ideia de que a ruiva é como ganhar na loteria da sedução.

NOVIDADE

Uma nova coleção de roupa na sua loja favorita. Um novo modelo de smartphone da marca que você gosta. Um novo empreendimento na cidade. Uma nova garota na escola. Um jogador revelação da base no seu time. Um político surgindo fora do establishment.

Você iria atrás de tudo isso?

Nós adoramos novidades! Por isso, queremos conferir de cara, assim que algo novo acontece. Queremos ver, tocar, sentir e ter assunto em nossa roda de amigos sobre a experiência. Isso nos torna diferentes, por dentro de uma tendência!

Nós sentimos prazer em ver o novo!

Apesar do familiar gerar uma tranquilidade inexplicável, é a novidade que nos tira da zona de conforto e nos motiva a buscar a recompensa associada a ela. É por isso que todos os anos nós somos bombardeados por empresas lançando novos modelos de seus produtos – *mesmo que não sejam tão diferentes assim*.

Porém, ainda que não haja tanta novidade naquele produto, nós sentimos vontade de trocar o antigo pelo novo. Até porque, queremos estar por dentro das novidades, das tendências, e nos sentir modernos.

Você pode utilizar esse gatilho em tudo que faz, de tempos em tempos, uma atualização do seu produto, um novo corte de cabelo, trazer ideias

efervescentes para as palestras, etc. Mas garanta que sejam atualizações significativas, que façam sentido para o contexto.

E um Extreme Speaker sabe usar isso tão bem que sempre guarda novidades para depois. Não jogue tudo de uma só vez na mão do público: assim você terá sempre conteúdo para atualizar!

Esse gatilho, além de ser um poderoso atalho mental, te faz ficar atualizado. E no mundo em que vivemos hoje, onde você não pode ficar para trás, é importante buscar atualização.

RELAÇÃO DOR X PRAZER

Nós sempre guiamos nossas ações para evitar a dor e alcançar o prazer. Dessa forma, o gatilho que vamos falar agora é extremamente importante: ele se baseia naquilo que orienta toda e qualquer ação que nós tomamos.

Instintivamente, nós somos mais propensos a afastar a dor do que se aproximar do prazer. Geralmente associamos a falta de dor e sofrimento a uma consequente sensação de prazer. Ou, então, de estabilidade e segurança, principalmente quando falamos no lado emocional.

É aí que entra o gatilho de relação *dor x prazer*!

Para utilizá-lo, você precisa saber quais são as maiores dores e desejos do seu público-alvo. Nem todos possuem os mesmos problemas e prazeres, então é importante focar naquilo que seu público sente.

Para ativar o gatilho, você deve considerar o fato de que as pessoas se preocupam mais em afastar o sofrimento do que em obter satisfação.

Antes de tudo, apresente soluções para os problemas das pessoas. Por exemplo: você é um palestrante. Qual o maior problema dos seus clientes? Não conseguir falar em público? Não saber como usar a comunicação para aumentar as vendas? Não saber como envolver o cliente para que ele escolha você ao invés da concorrência?

Foque na dor das pessoas!

Falar sobre cada aspecto negativo daquele incômodo e como aquilo tem atrapalhado a vida do seu público-alvo é uma forma de fazê-lo entender porque deve contratar seu serviço ou comprar seu produto.

Eles são as soluções!

Apresente o seu serviço ou produto como a resolução definitiva e, depois disso, mostre como seus clientes podem desfrutar do que você tem a oferecer.

Ou seja: mostre antes os problemas e as soluções usando palavras negativas (*e reforçando isso em suas expressões*). Depois, relacione seu produto ou serviço a algo prazeroso, utilizando palavras associadas à felicidade.

Sua mãe, novamente, é um excelente exemplo aqui. Toda vez que ela lhe falava “*Não sobe aí que você vai cair e se machucar*” estava fazendo uma relação de dor x prazer. Estava lhe mostrando as dolorosas consequências de não seguir suas ordens.

Esse gatilho é tão poderoso que faz mulheres vítimas de violência continuarem com seus agressores. Sem esse conhecimento que estou lhe transmitindo, eles conseguem manipular a mente dessas mulheres com frases como “se você me deixar, vai surgir um bem pior que eu” ou “quero ver se você vai conseguir sustentar seus filhos sem mim”.

Portanto, esse é um gatilho extremamente poderoso que deve ser usado da maneira correta por Extreme Speakers.

PROVA SOCIAL

Nós somos seres sociais e muitas atitudes que tomamos são baseadas no que os outros esperam de nós.

O ser humano tem necessidade de pertencer a grupos que se identificam como indivíduos. É daí que vem o gatilho de prova social.

Quer um exemplo simples?

Você vai em uma lanchonete. A primeira está bem cheia, com fila de espera e tudo. Já a outra, está totalmente vazia.

Por mais que você odeie esperar, é capaz de escolher a primeira. Por que? Porque o ser humano não gosta de se desapontar. E se aquela lanchonete está cheia então, automaticamente, é boa.

Em 1968, Leonard Bickman, Lawrence Berkowitz e Stanley Milgram realizaram um estudo analisando três casos:

1. Uma pessoa fica parada na rua olhando para o céu.

O resultado foi que, das pessoas que passavam pelo local, 40% também parou e olhou na mesma direção.

2. Duas pessoas estavam olhando para cima.

Neste caso, 60% das pessoas parava e olhava para a mesma direção.

3. Quatro pessoas olhavam para cima.

E 80% de quem passava pelo local também fez o mesmo.

Ou seja: independente do motivo (curiosidade, medo, hesitação, entre outras), quanto mais pessoas optam por algo, mais somos influenciados a fazer o mesmo. Em nosso dia a dia, vivemos várias situações assim, certo? Na moda, na alimentação, nas redes sociais... Nós queremos fazer parte de algo. E tudo bem!

As redes sociais são ferramentas onde qualquer coisa viraliza rapidamente. Quando algo cai no gosto popular, vira sucesso. Isso porque, quanto mais nós vemos pessoas utilizando algo, mais queremos conhecer também.

Em seu negócio, você pode utilizar o gatilho de prova social por meio de depoimentos, números de pesquisas de satisfação, quantidade de vendas, imagens de clientes usando seu produto ou serviço, número de leitores no site, quantidade de curtidas em página nas redes sociais e até o engajamento e interação que você tem nessas páginas.

O gatilho de prova social está intimamente ligado ao de autoridade. Então, vale usar o mesmo procedimento: gravar pessoas famosas no seu nicho falando sobre você ou até mesmo especialistas na mesma área.

Outro fator importante é dar atenção às críticas que recebe. Antes de adquirir algo, nós temos mania de procurar a opinião de outras pessoas em sites como o Reclame Aqui. Não ignore essas reclamações! Faça delas uma oportunidade de se aproximar das pessoas e tente resolver o problema. O cliente, com certeza, vai levar isso em consideração!

Numa conversa, o gatilho da prova social é o famoso “pergunta pro Zezinho”. Nós usamos outras pessoas para fortalecer o nosso argumento.

PORQUE

Nossas decisões são tomadas inconscientemente. Mas nossa mente sempre procura respostas racionais para justificar nossas ações, mesmo em situações em que não há justificativa alguma.

O questionamento é parte da essência humana. Por isso, desde muito novos, nós queremos saber o motivo de tantas situações estranhas ou novas.

Robert Cialdini, um dos mestres da persuasão, analisa em seu livro *Influence* um estudo realizado sobre pedidos de uma pessoa para passar à frente na fila de xerox. No teste, ele examinou como diferentes solicitações podem afetar a disposição de alguém permitir que outra pessoa fure ou não a fila.

Foram três situações:

- O participante diz “*desculpa, tenho cinco páginas. Posso utilizar a máquina de xerox?*”

Cerca de 60% das pessoas deixou que ele furasse a fila.

- O participante diz “*tenho cinco páginas. Posso usar a máquina de xerox, porque estou com pressa?*”

Há uma diferença sutil entre os dois pedidos. Não foi apenas a situação que foi alterada, mas sim o motivo (ou melhor, o *porquê*) que fez a diferença.

Mesmo não sendo uma desculpa muito boa, cerca de 94% das pessoas deixou que o participante furasse a fila nesta situação.

- O participante diz “*desculpe-me, tenho cinco páginas. Posso usar a máquina de xerox, porque eu tenho que fazer cópias?*”

É uma justificativa insuficiente para que as pessoas deixassem o participante furar a fila, porque todo mundo ali quer fazer cópias na máquina de xerox.

Mesmo assim, 93% deixou que ele passasse na frente. Foi um ponto percentual a menos que na situação número 2, mas 33 pontos a mais que no primeiro.

A explicação é que se trata de um princípio bem conhecido do comportamento humano: ao pedir a alguém para nos fazer um favor, a chance de ser bem-sucedido se torna muito maior quando oferecemos um motivo.

As pessoas gostam de ter razões para o que fazem. Então, buscam justificar o que você está fazendo. E quanto mais verdadeiro seu argumento for, maiores serão as chances de as pessoas confiarem em você.

Para utilizar esse gatilho, coloque o motivo de você estar oferecendo algo. Por exemplo: você acredita que as pessoas precisam compreender melhor a comunicação para melhorarem suas vendas. Isso saciará a mente consciente do seu público.

Uma dica é analisar sua ação com o mapa mental do público e responder todas ou as principais perguntas sobre o que você está oferecendo. Inclusive, vale usar o gatilho de porquê para explicar os de urgência e escassez. Lembra que eu disse que você pode usar vários gatilhos de uma vez?

Se não existir uma explicação, geralmente seu público desconfia que é apenas uma estratégia para vender ou influenciar. E aí, não funciona!

ANTECIPAÇÃO

Quando você quer assistir uma série ou filme, o que você faz primeiro? Lê a sinopse, opiniões (sem spoilers), assiste o trailer...

Esse é o gatilho de antecipação!

O gatilho de antecipação mexe com nossas expectativas com o futuro. Algumas pesquisas indicam que isso ativa partes do cérebro ligadas à felicidade. Até porque o futuro é incerto, e nós nos sentimos felizes em saber parte dele, principalmente quando são boas perspectivas.

É importante montar o terreno para o que está por vir, seja um serviço, produto ou ideia. Isso porque, ao fazer o anúncio, você mostra as funcionalidades e como aquilo pode ajudar as pessoas, solucionando problemas e atendendo aos desejos delas.

Quando esse “lançamento” é bem feito, até quem não precisa do que você está oferecendo vai querer. É algo que mexe com nossa imaginação. E, muitas vezes, é isso que nos deixa com vontade de ter algo. Desejar é, inclusive, mais prazeroso do que conseguir o objeto.

Com as expectativas elevadas, nós ficamos mais propensos a comprar algo quando estiver disponível. Isso parece, inclusive, o gatilho de novidade, certo? Mas o de antecipação seria o que antecede a novidade: toda a preparação para aquele novo chegar.

Eu vou novamente utilizar a Apple e Steve Jobs como exemplos, porque eles são *cases* de sucesso quando o assunto é comunicação. Temos muito o que aprender com os dois: como empresa e como comunicadores!

A Apple é uma empresa exemplar quando falamos em gatilho de antecipação. Anualmente, ela organiza um evento exclusivo para anunciar seus lançamentos. Todos vão à loucura: usuários, novos consumidores, pessoas apaixonadas por tecnologia, mídia...

Além desses eventos, a empresa também faz estratégias para cada produto lançado. Mas tudo mantido a sete chaves, criando um mistério sobre os próximos passos da empresa.

Para utilizar o gatilho, planeje com calma seu lançamento! Comece a fazer publicidade com antecedência, soltando informações ou dicas sobre ele aos poucos. Comece com meses de antecedência do lançamento. Informe seu público sobre o que virá, mas sem divulgar tudo de uma vez só.

O termo “seeding” (semear) é muito utilizado como estratégia. É como se você semeasse o terreno para o que está por vir.

Um dos exemplos mais fortes da antecipação no mundo atual está no entretenimento. As grandes produtoras de cinema, por exemplo, lançam entrevistas, fotos, teasers, teasers do trailer, fotos de bastidores, trailers. Antigamente, o trailer lhe preparava para o filme. Hoje, existe uma infinidade de campanhas para lhe preparar para o lançamento do trailer.

E isso faz muito sucesso. Observe o crescimento das Comic Cons e eventos de cultura pop. Sem contar a indústria da tecnologia e jogos que também têm embarcado forte na ideia da antecipação.

HISTÓRIA

Qual é a maneira mais antiga de as pessoas se conectarem às outras?

Como citei no início deste livro, a comunicação foi essencial para a sobrevivência da nossa espécie. Foi uma forma de criar laços, pertencer a grupos com pessoas semelhantes a nós e espalhar toda informação que adquirimos ao longo da vida.

E como fazemos isso? *Contando histórias!* Mais do que isso, compartilhando a visão de mundo que temos, a soma de histórias sobre o que acreditamos ou não.

Uma narrativa bem contada pode envolver sua plateia e criar a sensação de “nós” contra “eles” (os vilões e problemas que já falamos no gatilho de inimigo comum).

Mas o que torna as histórias um excelente gatilho mental?

É o fato de mexer com nossas emoções e ativar partes do cérebro associadas aos nossos sentidos!

Quando ouvimos uma história, nosso subconsciente cria uma experiência interna. A mente faz com que as emoções daquela narrativa, mesmo que não estejamos vivenciando diretamente, sejam sentidas por nós. Assim, quando nos identificamos com a história contada, a conexão entre você e o público é mais forte.

Emoções. *Elas são a chave de tudo!*

Seu público te enxerga como um cúmplice e não como alguém vendendo algo, que só se preocupa com resultados e em passar aquele produto ou serviço adiante.

Em uma carta de vendas, a história é contada por meio da *jornada do herói*, que eu vou citar no decorrer deste livro. Joseph Campbell é considerado um dos maiores estudiosos e propagadores desse tipo de conto. Por meio dessas narrativas, você pode persuadir seu público de acordo com sua própria visão sobre os fatos, levando a assumir o papel de herói na narrativa. E, conseqüentemente, se tornando o protagonista da sua própria vida!

Mas existe um fato importante. Histórias velhas não são atrativas. Você já deve ter ido em muitas palestras em que é citado um velho conto africano de que todo dia um leão acorda disposto a caçar uma gazela e todo dia uma gazela acorda disposta a sobreviver.

Um Extreme Speaker não fica nessas histórias e parábolas cansativas que todos estamos cansados de ouvir. ELE CONTA AS SUAS PRÓPRIAS HISTÓRIAS. São histórias verdadeiras e que transmitem sua mensagem. Essa história pode ter acontecido com você ou com outras pessoas, mas precisam trazer uma identificação.

Se você não acredita, pense em um dos homens mais influentes da história do mundo: Jesus Cristo. Todos os ensinamentos e lições transmitidos por Jesus no decorrer dos evangelhos são feitos através das parábolas. Ele

transmitia seu conhecimento através de histórias. Suas próprias histórias. Isso porque somos apaixonados por contos e causos.

SIMPLICIDADE

Você já ouviu falar sobre a lei do menor esforço?

Embora tenha sido deturpada pela cultura popular e virado sinônimo de preguiça e má vontade para o trabalho, a lei se baseia no princípio 80/20, descoberto pelo economista italiano *Vilfredo Pareto* em 1897.

Essa lei diz que 80% do que uma pessoa realiza no trabalho vem de 20% de tempo gasto nessa atividade. Ou seja: 80% do esforço para todas as finalidades práticas são irrelevantes. Embora o resultado seja importante, as pessoas avaliam o método que você utiliza para chegar até ele.

Ou seja: o caminho até o objetivo é algo que pode definir se uma pessoa vai tomar atitude X, Y ou Z.

Caso haja maneiras de realizar uma determinada tarefa, nós sempre vamos escolher a mais simples. Isso porque nosso cérebro valoriza a economia de energia gasta em atividades.

No ponto de vista dos Extreme Speakers, se um produto, serviço ou informação oferece um atalho para a outra pessoa chegar ao seu resultado, *certamente será muito mais fácil vendê-lo*.

Por exemplo: estudos comprovam que as pessoas não gostam dos anúncios obrigatórios do Youtube. Mesmo sendo interessante para os anunciantes e para o site, ele é intrusivo. E os usuários pulam os anúncios na maioria das vezes!

Porém, algumas empresas têm deixado propagandas mais longas e engraçadas e no lugar estão utilizando apenas os 5 segundos para passar a mensagem principal e o nome da empresa. Eles conseguem juntar seus objetivos em 5 segundos, tempo máximo que os usuários assistem aos anúncios antes dos vídeos do Youtube!

Para ativar esse gatilho, você precisa apresentar ao seu público algo que deseja alcançar. Em seguida, como o caminho pode ser mais curto até a conquista daquele resultado!

Você pode utilizar palavras como: passo a passo, os 5 passos para algo, o caminho mais curto, simples, rápido, descomplicado, um sistema eficaz, a maneira mais simples e eficiente, entre outras expressões.

Porém, assim como já falei em gatilhos anteriores, você precisa entregar o que promete. Caso contrário, seu público vai perceber a farsa e se irritar com o método. Consequentemente, vai atrair resultados negativos para você, seu negócio e seu produto/serviço.

A Apple pode, novamente, ser considerada um exemplo nesse gatilho mental. Além das primorosas apresentações de Steve Jobs, um dos pontos que fez a empresa se tornar líder em celulares é a simplicidade. Ela descomplicou todo o sistema operacional e pôde resolver qualquer problema de seus usuários com poucos toques. Uma pessoa que usa iPhone, por exemplo, tem um sistema muito mais simples e intuitivo do que uma pessoa que usa Android.

DESCASO

Esse gatilho, quando bem usado, é *matador*! Ele consiste em mostrar que você não está desesperado por algo, dando a entender que aquilo que é incrível para os outros é comum, rotineiro, para você!

Sem perceber, nós achamos que esse “descaso” é uma forma de desapego. E acreditamos que a pessoa tem uma leve indiferença a algo incomum, algo especial e, por algum motivo, aquele indivíduo é superior.

Esse mecanismo é utilizado quando mostramos aos clientes que eles podem se beneficiar bem mais com o produto do que nós que estamos vendendo. Ou seja: *o valor do produto é superior ao preço que ele vale*.

Seu cliente vai sentir que está pagando menos do que o produto deveria valer. Ele vai sentir que sai ganhando. E vai adquirir!

Por exemplo, você é um palestrante que leva um discurso sobre a importância da comunicação nas vendas. Você pode mudar o negócio do seu cliente, a reputação que ele tem no mercado, o olhar dos clientes para aquele produto ou serviço.

Isso tem um preço físico?

Para utilizar esse gatilho, modere sua insistência quando for vender sua ideia. Vá apresentando vantagens do que você oferece, frisando as respostas

para as principais dúvidas do cliente.

SÓ NÃO SEJA CHATO! Não repita muitas vezes o preço daquilo que está oferecendo. Foque no valor dele! Em como o produto pode mudar a vida de alguém. E isso não tem preço.

Também não concentre as atenções naquilo que você já ganhou ou já faturou. Conte histórias de como suas conquistas foram um resultado natural do seu trabalho. E, se o seu produto ou serviço realmente for bom, se suas estratégias de venda forem bem planejadas e executadas, as vendas e o sucesso serão uma consequência natural!

Você recebe aquilo que se esforça para conseguir!

Isso é muito comum nos círculos de amizade. Um exemplo clichê dos filmes *hollywoodianos* é a mulher com uma bolsa nova que chama atenção de todas as amigas. Por mais que ela esteja reluzente por dentro, sua reação é sempre a mesma quando ouve elogios sobre a bolsa nova: “Que isso. É só uma bobeirinha que me dei de presente”. Isso aumenta ainda mais a vontade do outro de ter o que você tem.

COMPROMISSO

Compromisso diz que as pessoas estão dispostas a fazer um grande esforço para transmitir coerência entre suas palavras e atitudes. E isso acontece mesmo que elas precisem tomar atitudes mais radicais ou arriscadas.

Uma pesquisa encenou furtos em uma praia de Nova York para desvendar se as pessoas se arriscariam para impedir o crime. Nesse estudo, um ator abria uma toalha de praia próximo a um indivíduo escolhido aleatoriamente.

Após alguns minutos no local, o ator se levanta e vai caminhar pela praia.

Logo depois, um dos pesquisadores, fingindo ser um ladrão, se aproxima, pega o rádio e foge.

Sob condições normais, as pessoas relutavam em se arriscar e enfrentar o ladrão. Em 20 vezes que o furto foi encenado, apenas 4 pessoas se arriscaram a fazer algo.

Na segunda encenação, o procedimento foi realizado por 20 vezes de novo. Mas com uma ligeira mudança – e resultados muito diferentes.

Desta vez, antes de deixar a toalha, o ator pedia a quem estivesse do lado para vigiar seus pertences enquanto ia caminhar pela praia. E todos concordaram. Afinal, *custaria o quê?*

Impulsionados pelo princípio da coerência, 19 das 20 pessoas praticamente se tornaram vigias dos pertences do ator. Por isso, foram atrás do ladrão, exigiram uma satisfação e, muitas vezes, detiveram a pessoa fisicamente ou retiraram de suas mãos o rádio furtado.

A coerência é muito valorizada mesmo em situações em que este não é o caminho mais adequado. Já a circunstância entre o que se diz e o que se faz é algo bem visto pela sociedade. Geralmente, está relacionada à maturidade e ao equilíbrio psíquico de alguém.

Como explica Robert Cialdini, além da aceitação social, a coerência também serve como atalho para o cérebro. Afinal, quando somos coerentes, basta recordar ações passadas para facilitar a tomada de decisões. Ao usar o que já fizemos como base, nós evitamos ponderar cada situação para tomar uma nova decisão.

Você pode utilizar o gatilho de compromisso oferecendo garantias. Por exemplo: *você vai perder nada com a compra porque, caso o produto não satisfaça suas expectativas, pode solicitar seu dinheiro em até 30 dias.*

Quantas vezes você já ouviu essa frase em mercados e comerciais de TV?

Isso evita que as pessoas deixem para depois a decisão de comprar ou não seu produto, já que poderá ter de volta o investimento caso não goste do bem adquirido. E você acaba assumindo um compromisso com seu cliente – que deve ser realizado caso necessário!

PARADOXO DA ESCOLHA

Quando você oferece mais de uma opção, acaba atraindo mais pessoas, mas é mais provável que venda mais se oferecer menos produtos de uma só vez. É mais ou menos como: *quantidade não é sinônimo de qualidade!*

É aí que entra o gatilho de paradoxo da escolha.

Com objetivo de identificar qual mesa iria atrair mais visitantes e em qual situação mais doces eram vendidos em uma loja de doces, a Dra. Sheena S. Iyengar conduziu um estudo onde analisou duas situações:

- Uma mesa com 24 sabores de doces; e
- Uma mesa com 6 sabores de doces

Nos resultados, 60% das pessoas pararam para experimentar os 24 doces da primeira mesa. Já a segunda recebeu 40% das visitas.

Mas dos clientes que experimentaram os 24 sabores, apenas 3% compraram. Já na outra mesa, o número de compradores subiu para 30%.

Isso comprova como o fato de ter muitas opções pode paralisar seu público, dificultando que ele tome uma ação.

Eu vou utilizar novamente a Apple como exemplo – já estamos familiarizados com a empresa, então pode ser mais fácil você entender porque ela é um exemplo a ser seguido.

Há algum tempo, a Nokia dominava o mercado de celulares, já que os aparelhos eram baratos e fáceis de usar. Com a introdução do primeiro iPhone, o mercado sofreu uma rápida mudança.

Mesmo com vários modelos, a Nokia não era suficiente para combater as inovações oferecidas pela Apple por meio do iPhone. E quando uma empresa apresenta diversos produtos no mesmo segmento de mercado, eles acabam concorrendo entre si. E isso dificulta a escolha do cliente.

No caso do iPhone, ele usa números para simbolizar sua versão. Se você quer o modelo mais novo, só precisa escolher entre cores e espaço de memória. Na base, *é o mesmo*.

No caso da Nokia, os modelos pareciam mais *entidades* do que celulares, porque cada um possuía uma série de letras e números que só fazia sentido para a marca. Muitos consumidores, inclusive, se sentiam perdidos no meio de tantas opções. Qual daqueles era mais atual? Qual era a novidade?

Este gatilho de paradoxo de escolha, junto com a abordagem diferente entre os nomes dos aparelhos de cada empresa, deixa o questionamento: será que a Nokia teria mais sucesso se buscasse mais qualidade do que quantidade?

Em seu negócio, você pode aproveitar esse conhecimento ao simplificar os processos. Durante a venda, trabalhe com poucas opções: o recomendado é não passar de 4. Já o “número mágico” é três.

Em cadastros, por exemplo, tente pedir apenas informações indispensáveis para não cansar seu cliente e público-alvo. Coloque somente aquilo que é necessário você saber.

Uma tática muito utilizada é colocar uma ou mais opções que são nitidamente desvantajosas, para que seu cliente escolha aquela que você quer: e que parece ter mais vantagem do que as demais.

E ainda usando exemplos de negócios, já existe até uma rede de mercados nos Estados Unidos que oferece apenas uma opção de cada produto para seus clientes. É uma estratégia para que as pessoas não precisem racionalizar decisões de compras e levar os itens mais impulsivamente.

CURIOSIDADE

O ser humano é curioso! Nós não podemos ver alguma coisa que nos intrigue que, automaticamente, vamos atrás para conhecer. É mais ou menos o que nos leva ao que citei no gatilho de novidade. Queremos saber o que acontece, o que aquilo pode nos trazer.

A teoria do intervalo da informação, de *George Loewenstein*, diz que, quando existe um espaço em branco entre aquilo que sabemos o que queremos saber, nós somos motivados a buscar informações para preenchê-lo.

A busca por informação para saciar a curiosidade ativa partes do cérebro relacionados ao prazer. Nós ficamos satisfeitos ao descobrir o motivo daquilo que estávamos procurando. É mais ou menos como funciona com o gatilho do porquê.

O gatilho da curiosidade é ainda mais forte quando aliado a polêmica. Por exemplo: você afirma algo controverso e desperta o interesse das pessoas.

Quantas matérias você já viu com o seguinte formato: *pessoas que comem mais vezes ao dia emagrecem mais rápido?*

Tudo o que sabemos sobre emagrecimento diz que devemos comer menos para conseguir perder peso. Mas a matéria diz que, se comemos mais, podemos emagrecer. Controverso, por isso desperta curiosidade – mas é importante que a dúvida seja respondida!

Esse gatilho é importante, porque atrai um número maior de pessoas para a sua ideia. Se você disser “*eu ganho o dobro do que eu ganhava ano passado*,”

porque cortei meu trabalho pela metade”, por exemplo, vai trazer muitas pessoas interessadas no seu discurso.

E algumas frases que um Extreme Speaker pode usar para ajudar a construir a ideia deste gatilho são:

- Pouco conhecido
- Poucas pessoas sabem disso
- Estão escondendo de você
- Informação restrita
- Segredo

Você também pode fazer comparações polêmicas, como “Pepsi x Coca Cola: por que um é melhor que outro?” ou “Suco natural: por que ele é nocivo à sua saúde”?

Há várias opções. Mas o importante é que a polêmica gere algo positivo para você. Por isso, responda àquela questão. E não cause controvérsia se ela não gerar algo relevante para você, seu negócio e seu nicho.

O JIU-JITSU LINGUÍSTICO

Qual a principal característica de todo grande vendedor?

Antes de tudo, eles são grandes comunicadores e usam as técnicas que você está aprendendo com este livro para as vendas. Afinal, a comunicação vende ideias e informação. E o vendedor utiliza esses métodos para vender seus produtos. Ou seja, o vendedor é, na verdade, um Extreme Speaker que aplica seu conhecimento aos produtos. E um Extreme Speaker é um vendedor de ideias!

As técnicas de vendas, de palestra e até de sedução são exatamente as mesmas, mas com aplicações em realidades diferentes. Seja palestrante, apresentador, sedutor ou vendedor, a persuasão e a comunicação são utilizadas com o mesmo fim: CONQUISTAR UMA PESSOA.

Uma das minhas técnicas de vendas favoritas é o que eu chamo de JIU-JITSU LINGUÍSTICO.



Eu nomeei essa técnica assim, porque você precisa travar uma verdadeira batalha com a pessoa com quem está conversando. É uma estratégia para que

você encontre as objeções do outro.

Bons vendedores usam técnicas muito próximas a essa para descobrir quais são as objeções dos clientes. E você pode utilizá-la em todas as conversas e apresentações! Afinal, é uma técnica muito simples que consiste em apenas perguntar.

Tudo o que você precisa fazer no *jiu-jitsu linguístico* é perguntar. Pergunte até quebrar todas as objeções daquele com quem você está conversando.

Para isso, você precisa saber que:

- A primeira objeção nunca é a verdadeira nem a mais relevante.
- Você sempre deve perguntar algo relacionado à resposta anterior.
- Nunca use o “por que” para questionar.
- Para entender melhor, pense na seguinte situação: *eu vou provar que posso vender um sapato sem sola. Duvida?*

E, para isso, vou utilizar o jiu-jitsu linguístico que estamos aprendendo neste capítulo. E vou usar o exemplo do sapato sem sola que é um dos meus favoritos.

Imagine o seguinte diálogo:

“Olá, você quer comprar um sapato sem sola?”

“Não...”

“Mas o que te impede?”

“Eu vou gastar dinheiro à toa”

“O que te faz pensar que vai gastar dinheiro à toa?”

“Eu vou queimar o pé no asfalto quente”

“E se eu te mostrar que você não vai queimar o pé?”

“Nesse caso, posso tentar...”

Pronto, você já ganhou o comprador do seu sapato sem sola. E você pode usar isso em todas as situações da sua vida. A minha esposa costuma dizer que é impossível brigar comigo depois que comecei a usar essa técnica...

E o mais incrível é que é muito mais simples do que parece. Você só precisa usar a objeção anterior para levantar a próxima pergunta. Mas é importante

que você nunca use valores que a outra pessoa não use. Você pode construir valores que não têm importância alguma para ele e acabar com toda a técnica. E não queremos isso, *certo?*

Para ajudá-lo, você pode utilizar os gatilhos mentais que conheceu no capítulo anterior. E, com base neles, entender com quem você está conversando. Dessa forma, fica mais fácil aplicar o jiu-jitsu linguístico.

A dica é: esteja profundamente interessado na vida e no que a outra pessoa tem a dizer. É bem provável que ela vá em frente nos negócios ou até mesmo feche a venda do seu produto ou serviço.

Mesmo sendo um método de comunicação muito importante e essencial, muitas pessoas esquecem de utilizá-lo no dia a dia. Saber com quem você fala é, muitas vezes, melhor do que saber falar bem. E falar da mesma forma que a outra pessoa é melhor do que falar bonito.

Se você prestar atenção no diálogo, verá que o vendedor sempre usou exatamente as mesmas palavras que o cliente pra quebrar a objeção. *Aí que está o segredo.* E funciona em todas as realidades. Pra mostrar isso, vou ilustrar um exemplo de conversa entre pai e filho.

“O que aconteceu para você tirar 2 em matemática?”

“Eu não sei equação de segundo grau”

“Você não sabe equação de segundo grau?”

“Não... Eu não entendi a explicação da professora”

“Como você não entendeu a explicação da professora?”

“Eu estava conversando...”

Acredite... Funciona!

Isso porque, quando falamos sobre comunicação no começo deste livro, nós conhecemos que ela é feita por meio de um emissor, que passa uma mensagem a um receptor. Qualquer coisa que afeta a compreensão da mensagem é *ruído*.

Porém, em teorias mais modernas, isso mudou muito. Há novos elementos adicionados e o papel do receptor é cada vez mais importante.

A comunicação não é um caminho de um destino só. É uma via de mão dupla!

A mensagem não é a única que é valorizada na comunicação. O *feedback*, o retorno do receptor para o emissor, é um valor importante e, em termos de negócio, essencial para o processo de comunicação.

É este novo modelo que eu aplico no jiu-jitsu linguístico que expliquei anteriormente. Você precisa ouvir o receptor para continuar o processo. Precisa entender o que estão falando, assistindo, comendo, lugares que estão visitando... Lembra que eu disse que tudo é comunicação? O background da outra pessoa também fala. E muito!

E isso serve para qualquer área da vida. Como nós vamos crescer e amadurecer se nunca pararmos para escutar o outro lado?

Você pode e deve utilizar esse recurso a seu favor.

Mas aí você me diz: *o exemplo do calçado sem sola é absurdo!* Eu poderia lidar com isso de diferentes formas, mas a melhor dela é a **TÉCNICA 101%**.

O que é isso?

A técnica do 101% não é fácil de executar. Mas quando a conhecemos, ela funciona muito bem para quando se está falando com alguém agressivo ou que critica algo que você está oferecendo.

Ela vale, inclusive, para seu relacionamento – seja amoroso, de amizade, de trabalho, faculdade...

A técnica consiste em concordar com a crítica da outra pessoa. E, se aproveitando dela, inserir uma informação valiosa.

Em toda crítica feita a um produto ou serviço nosso, nós sabemos que algum ponto é verdadeiro. O que você deve fazer é pegar esse ponto, concordar e acrescentar uma informação útil.

Voltando ao primeiro exemplo, o sapato sem sola é absurdo, não faz parte da nossa realidade. Ninguém vende assim!

Porém, eu utilizei esse exemplo em uma convenção de sapatos e lotei um dos meus primeiros treinamentos de venda. Eu fui com uma camiseta escrito “Você pode vender sapatos sem sola? Eu posso!” e muitos vendedores me

questionaram sobre isso. Ao invés de apenas dar um exemplo, eu mostrei pra eles na prática como essa técnica funcionava. Muitos desses vendedores foram meus primeiros alunos do treinamento de vendas.

É claro que eu recebi diversos comentários como “Isso é loucura. Ninguém vende sapatos sem solas”. E sabe qual foi minha técnica como Extreme Speaker?

Usar os 101% e concordar com essas pessoas. *É verdade!* Ninguém vende um sapato sem sola. Mas se funciona com um exemplo tão absurdo desses, imagina no mundo real!

E uma outra técnica que você pode implementar no jiu-jitsu linguístico é a chamada para ação. Ela deve estar presente em todos os momentos, mas muitas pessoas se esquecem de utilizá-la.

Vamos lá!

Sempre que você diz, escreve ou apresenta algo, está esperando uma reação da outra pessoa, certo? Seja comprar seu produto, te contratar para palestras na empresa, dar um beijo ou lhe passar alguma outra informação. Mas essa pessoa não sabe qual o próximo passo a tomar.

É aí que você entra e indica uma chamada para ação!

No fim da palestra, por exemplo, você pode fazer uma chamada para que pessoas implementem os métodos que ensinou no dia a dia delas, por exemplo. Em um artigo, você pode pedir comentários ou até para a pessoa curtir sua página no Facebook. Numa conversa, você pode pedir a opinião da outra pessoa sobre o assunto.

São fórmulas que, integradas, vão te ajudar a entender melhor seu público. Ou, se preferir, aquela pessoa interessante no bar que você deseja conhecer.

Não importa onde ou quando, SER UM EXTREME SPEAKER SEMPRE TRAZ RESULTADOS!

COMO USAR SEU CORPO PARA SE COMUNICAR

O nosso corpo fala. E não digo só por meio da boca, mas, sim, por suas ações, expressões e movimentos. A expressão corporal fala tanto quanto nossa voz. E os Extreme Speakers sabem disso. Eles usam seu corpo para falar e ouvir o corpo de outras pessoas.

Quando você conta uma história, suas expressões entregam aquele sentimento que está em você no momento. Uma pessoa que conta sobre a morte da sua mãe com um sorriso no rosto não transmite credibilidade, por exemplo. Por isso, é importante saber ler o corpo e também falar com ele.

Nós precisamos do corpo para nos comunicar. E é por isso que devemos tanto à *linguagem não verbal*.

Mas por que eu preciso saber disso, se eu vou fazer palestras onde irei preparar e apresentar discursos? Ou, como vou usar isso no meu dia a dia?

Porque essas dicas podem te ajudar a entender mais sobre seu corpo no momento de se comunicar. E, principalmente: reconhecer a linguagem não verbal nas outras pessoas. Em seguida, por meio delas, reconhecer sentimentos como tristeza, alegria, nojo e até mesmo detectar MENTIRAS.

Como eu disse no início deste livro, nós demoramos diversos séculos para desenvolver a linguagem falada.

E, antes dela, você se lembra como nos comunicávamos? *Isso mesmo!* Por expressões corporais! Elas são a origem de tudo.

Dessa forma, na época das cavernas, nossos ancestrais utilizavam a linguagem corporal para saber de quem poderiam se aproximar. Eles detectavam se o outro grupo era mais violento, mais forte ou se apresentava mais perigo, podendo levá-los à morte, por exemplo.

Há estudos, inclusive, que dizem que nossa espécie sobreviveu a inúmeras catástrofes naturais justamente por conta do senso de comunidade. E isso só acontece porque, em algum momento, nós nos comunicamos com outras pessoas e encontramos similaridades. O RAPPORT NOS SALVOU DO MUNDO.

Em resumo: antes mesmo da linguagem, nós já estávamos nos comunicando! E isso acontece até hoje, *sabia?*

A linguagem não verbal é tão poderosa que pode, inclusive, indicar quando estamos mentindo.

Paul Ekman é um dos pioneiros nos estudos e catálogo de expressões faciais, que vamos discutir mais adiante. Se você não o conhece, provavelmente já ouviu falar sobre a série *Lie to Me*, na qual suas pesquisas são utilizadas como base para a história.

Basicamente toda a nossa base de conhecimento sobre o assunto, hoje, é originária dos trabalhos feito por ele. Justamente por isso, ele foi considerado um dos 100 psicólogos mais notáveis do século XX, e também um dos mais influentes do mundo pela revista *Time* de 2009.

Ele também é um dos pioneiros nas pesquisas da conduta humana (sendo que as emoções humanas e expressões faciais são de origem inconsciente). O estudo, que começou em 1954, analisou as reações humanas e suas expressões faciais, tema de sua tese de mestrado em 1955.

Ekman trabalhou nos últimos trinta anos estudando a mentira, desde compreender o papel social que ela tem, até entender sua linguagem corporal. Mas isso é tema para um capítulo especial e vou abordá-lo mais para frente neste livro.

Lembra que falei sobre *Lie to Me*?

O trabalho de Ekman, mesmo sendo tão relevante, só ficou conhecido para o mundo com a estreia da série. E no Brasil tem popularizado muito com meu canal no Youtube, onde analiso entrevistas de famosos e casos emblemáticos através das microexpressões faciais. (Canal com mais de 450 mil inscritos).

Carl Lightman, personagem da história, foi inspirado no trabalho de pesquisa de Ekman. Para completar, o próprio psicólogo atuou como consultor

científico para que a série, realmente, usasse seus conhecimentos sobre a mentira. Foi um grande estudo para fazer a história funcionar!

Paul Ekman também inspirou a série de documentários da BBC, *A Face Humana*, que foi lançada em 2001!

Com mais de 60 anos nessa área de estudos, mais de uma dezena de livros sobre o tema e diversos artigos publicados em várias revistas pelo mundo, é impossível não se inspirar na história de Ekman!

Até porque a contribuição dele para a análise não verbal *é incrível*. O psicólogo é responsável por nada mais, nada menos, que uma série de estudos e artigos que tenta entender o papel das mentiras nas relações humanas.

Mas, como eu disse, esse é um tema muito específico e vou abordá-lo em um capítulo especial. Não só vou explicar os estudos, como também, dar dicas de como identificar mentiras! (Se você já está se tornando um Extreme Speaker, é bem provável que tenha reconhecido o *gatilho da antecipação* aqui).

O trabalho de Ekman é tão importante que ele dedicou muitos anos para ajudar os serviços de segurança, detectando mentiras para combater crimes e atentados.

Esses assuntos são atuais e relevantes na história moderna do Brasil. No Youtube, eu analiso o discurso das pessoas para entender se elas falam a verdade enquanto ensino tudo em que a comunicação não verbal pode nos ajudar em nossas relações do dia a dia!

Eu já analisei diversas personalidades, como Donald Trump, Marco Feliciano, Andressa Urach, Suzane von Richthofen, Camila Pitanga, Mc Biel, entre outros.

Isso porque a comunicação sempre foi uma das áreas pelas quais mais sou apaixonado. Não é à toa que eu estudei profundamente temas sobre persuasão, linguagem corporal, programação neurolinguística, etc. Fui o primeiro brasileiro a escrever um livro sobre PNL aplicado a terapia: *Crenças – O Inconsciente Influenciando Resultados Profissionais*. Até hoje, ele é um dos livros mais importantes sobre o assunto no País.

Em *Comunicar, Vender e Negociar com PNL* (primeiro livro de autor brasileiro aplicado a vendas com PNL), eu também falo mais sobre a Programação Neurolinguística aplicada na comunicação. Juntos, esses conteúdos podem te auxiliar a se tornar um super-herói, com um superpoder: A COMUNICAÇÃO!

A Análise Não Verbal está ligada à PNL, porque nosso subconsciente não mente. Para você ter uma noção, é quase impossível estudar sobre o assunto sem receber muito conhecimento sobre mentiras.

Eu me aprofundei tanto nesse assunto, que fiquei aficionado pelas dicas que ensino no curso Não Minta Pra Mim! Ele, inclusive, já foi um quadro do programa Mulheres, na TV Gazeta, onde eu ensinava a identificar mentiras e decifrar expressões corporais.

Mas tudo isso tem embasamento científico?

Há diversos trabalhos de psicólogos e psiquiatras que rodaram o mundo fazendo pesquisas e estudando pessoas. Todo o material recolhido por eles serve de base para essas técnicas.

Eu, por exemplo, posso dizer que funciona. Já treinei mais de 1500 pessoas usando as pistas oculares. Todo esse conhecimento sobre a linguagem do corpo serviu de base para que eu me tornasse Extreme Speaker. Eu não posso enganar meu subconsciente, mas posso usar meu corpo para me comunicar melhor e também posso entender com mais detalhes como a outra pessoa reage ao que eu falo.

Ok, eu quero entender melhor sobre linguagem não verbal. Como eu posso fazer isso?

Há algumas dicas que podem te ajudar a melhorar a linguagem corporal e melhorar a sua comunicação, principalmente aquela não verbal. Para isso, vou listar alguns tópicos básicos, mas importantes na linguagem não verbal.

SEMPRE FAZER CONTATO VISUAL

E isso vale para você que está se comunicando com uma ou com um milhão de pessoas!

O contato visual tem o poder de nos aproximar. Quando você olha para alguém, ela entende que, não importa quantas pessoas estiverem ouvindo ao mesmo tempo, ela é importante.

Por isso, quando estiver falando com várias pessoas, olhe para zonas diferentes no decorrer da apresentação. E percorra seu olhar por elas!

CONDUZIR O OLHAR DO PÚBLICO

Nossas posturas e expressões corporais não servem só para passar as emoções e sentimentos. Você também pode usá-las para direcionar o olhar para aquilo que você está falando.

Por exemplo: em uma reunião, você pode apresentar um dado muito importante na tela usando o braço para direcionar o olhar dos convidados presentes para esse dado.

TOMAR CUIDADO COM POSIÇÕES MAIS DURAS

Eu tenho certeza que você já ouviu alguém dizer que ficar de braços cruzados é uma expressão corporal ruim, porque demonstra estar fechado a ideias e sentimentos.

Não necessariamente!

Ela pode demonstrar insegurança caso você demonstre algum nervosismo com ela. Porém, também pode significar que você está prestando atenção no que outra pessoa diz, caso a deixe com um toque mais leve.

Assim como também pode lhe dar um ar de superioridade e segurança quando estiver falando com um tom de voz mais firme.

Tudo é questão de como você se mostra!

DEIXAR OS BRAÇOS SEMPRE SOLTOS

Quando estão aprendendo expressão corporal, soltar o braço ao lado do corpo pode ser uma das maiores dificuldades de muitas pessoas.

Para melhorar isso, treine soltá-los e deixá-los o mais natural possível. E não precisa segurá-los ao lado do corpo, basta soltar!

ENTENDER QUE BRAÇOS SOLTOS NÃO SIGNIFICAM PARADOS

Quando alguém fala em soltar os braços, o que você entende com essa informação?

A maior parte das pessoas acredita que estamos falando de deixá-los parados ao lado do corpo o tempo inteiro.

Mas é claro que não!

Nós estamos falando de expressão corporal. Deixe que os braços façam parte da comunicação. Não os exclua, nunca!

Utilize seus braços para marcar os assuntos, chamar atenção em determinados pontos. *Faça-o participar!* Só não use esse recurso em excesso para não ficar cansativo nem parecer que você está perdido.

USAR AS EMOÇÕES NO TEMPO CERTO

“*Um palestrante deve estar sempre alegre!*” – Você já ouviu essa frase por aí?

Acredite: ela é uma das MAIORES MENTIRAS que propagam.

Se você estiver falando sobre um momento difícil de sua vida, qual o sentido de fazê-lo com um sorriso no rosto e o olhar radiante? Use a tristeza, raiva, alegria, nojo e todas emoções possíveis para valorizar sua fala. Você é um ser humano. E demonstrar isso é importantíssimo para o resultado da sua palestra e para a aceitação do seu público!

Quando estamos falando com um número grande de pessoas, as chances de que todos estejam felizes naquele momento é mínima. Por isso, emular essas sensações faz com que as outras pessoas sintam rapport, se conectem com você.

Um orador está sempre feliz. Um Extreme Speaker tem emoções verdadeiras!

PREFERIR SE COMUNICAR EM PÉ

Suas expressões corporais podem ser usadas tanto em pé quanto sentado. Mas, quando você está em pé, tem muito mais mobilidade e mais recursos para usar seu corpo como veículo de comunicação.

Então, uma dica: sempre que possível, escolha por se comunicar em pé. Sua plateia vai até te enxergar, ouvir e entender melhor!

É claro que fica difícil fazer isso numa conversa no almoço de família, por exemplo, mas manter a postura ereta lhe ajudará a comandar melhor seu corpo.

COLOQUE AS MÃOS PARA TRÁS DO CORPO

Uma das formas para demonstrar poder é ficar com os braços para trás do corpo. Porém, quando usado constantemente, isso pode soar um pouco

prepotente.

Uma dica para utilizar este recurso é deixá-lo para momentos onde precisa expor poder e audácia. Assim, deixamos o corpo mais vulnerável e demonstrando mais força e controle da situação. É como se falássemos: estamos de peito aberto para o mundo!

RESPIRAR PAUSADAMENTE

Quer manter o controle? *Respire pausadamente!*

A respiração é responsável por oxigenar nosso cérebro e é por isso que nós respiramos mais rapidamente quando estamos em perigo, com medo ou ansiosos, por exemplo. Isso porque nosso cérebro acelera e age muito mais por impulso.

Quando você começa a respirar tranquilamente, você desacelera o ritmo da sua mente. Dessa forma, consegue raciocinar melhor sobre tudo que está fazendo, trazendo mais calma para sua expressão corporal. E, conseqüentemente, demonstrando mais confiança para sua plateia!

GERAR RAPPORT COM QUEM ESTÁ FALANDO

Eu já falei sobre rapport neste livro. Essa técnica pode parecer simples, mas você precisa treiná-la bastante!

Com esse método, você pode identificar as principais características da pessoa com quem está falando e copiá-las. Você vai ser o “espelho” da pessoa, fazendo com que ela se identifique e gerando confiança.

NÃO TER PRESSA PARA FALAR

A fala é a forma mais conhecida de comunicação. Ela é importante, inclusive, na expressão corporal.

Ao falar muito rápido, se torna mais difícil controlar seus movimentos e expressões. Por isso, *fale pausadamente!* Você precisa deixar cada palavra cumprir seu objetivo para conseguir pensar melhor em tudo que está fazendo. E claro: passar a mensagem de forma objetiva e eficiente!

USAR O ESPAÇO QUE TEM PARA FALAR

Ao se apresentar para uma plateia muito grande, você pode ficar pequeno no palco. Uma saída é andar por esse espaço e ocupar tudo o quanto conseguir. Isso deixa sua fala muito mais dinâmica e te torna maior naquele espaço.

Além disso, facilita a visão de pessoas que não conseguem te ver em determinadas posições ou locais.

TREINAR TODAS ESSAS DICAS EM CASA

É muito comum as pessoas acreditarem que basta ler algumas dicas de expressão corporal que já são experts no assunto.

Mas calma! Não é bem assim que funciona.

Como tudo na vida, nós precisamos estudar, treinar e nos aperfeiçoar nas técnicas para que elas deem certo.

Treine diariamente, *à exaustão!* As dicas precisam ser fluídas em sua expressão. E você só vai conseguir utilizá-las com maestria se treinar.

Quer ser um Extreme Speaker? TREINE! Seu sucesso e seus resultados só dependem de você.

OS CORPOS DOS OUTROS TAMBÉM FALAM, MAS NÃO MENTEM

Quantas vezes por dia você acha que as pessoas mentem?

Quantas vezes por dia você se pega contando uma história falsa, muitas vezes sem querer?

Passar um dia sem mentir é impossível. Desde um “tudo bem” quando você está com algum problema ou até mesmo um local que você não estava, mas disse que passou lá para não arrumar problemas em casa.

A mentira é mais parte do dia a dia do que achamos...

Nós vivemos em diversos mecanismos de controle, como religião, família, ambiente de trabalho e até mesmo nossos próprios princípios. Todos esses mecanismos que controlam nossas atitudes trazem consequências. E quando nós temos um comportamento fora do considerado correto, acabamos trazendo coisas negativas para nossa vida.

A verdade é que nós queremos ficar bem com esses mecanismos. Por isso, preferimos mentir a contar a verdade. Dessa forma, não “cortamos”, nem diminuimos a relação por um ato considerado “errado” por algum deles.

Com certeza você já ouviu que cada pessoa tem seu conceito de certo ou errado. E tudo isso é um caminho que começa a ser trilhado logo na infância, desde o momento quando você mente sobre a reunião de pais na escola até a mentira sobre o dever de casa.

Você já contou quantas mentiras desse tipo?

É nessa época que começamos a implantar em nosso cérebro que mentir é bom. Afinal, você tem os benefícios da verdade sem precisar conta-la. A mentira se torna uma defesa que nos permite evitar problemas com os mecanismos controladores.

E ainda há outro fator: algumas pessoas mentem quando não são descobertas, enquanto outras contam mentiras porque alguém reforça a história. É mais ou menos o que acontece quando uma criança diz que comeu tudo o que estava no prato e o avô reforça essa história.

E você já ouviu falar que “*uma mentira, quando contada 100 vezes, se torna uma verdade*”? Quanto mais “cúmplices”, mais confiança em sua história.

Quando nós mentimos por tudo, podemos entrar em um transtorno chamado *mitomania*, que nada mais é do que a compulsão por mentir. Neste caso, o indivíduo não é apenas um grande mentiroso, mas alguém que faz isso sem conseguir parar ou medir as consequências desse ato.

Às vezes, os motivos são torpes e não carregam punições. Diferente de outras pessoas, um mitomaniaco não mente para conseguir benefícios. É uma ação involuntária, apenas pelo *prazer* de fazê-lo.

O importante é entender que todos nós mentimos. Todos nós trapaceamos e contamos histórias falsas!

E assumir que você faz parte desse grupo traz uma certa empatia. No melhor estilo: ACEITA QUE DÓI MENOS!

Aceitar é o primeiro passo para entender o motivo que faz alguém mentir. Até parece óbvio, mas entender o que faz alguém criar uma mentira, torna mais simples entender a ação do indivíduo.

Parar de mentir não é algo fácil. Na verdade, quase impossível! Como você iria passar por uma vida totalmente honesta? A honestidade poderia trazer dias muito conturbados.

Por exemplo: seu filho fez um desenho impossível de entender. Você iria conseguir dizer algo além de “*está maravilhoso*”? A criança precisa muito do estímulo e aprovação dos pais. Qualquer coisa fora disso, pode ser devastador.

São muitos sentimentos consequentes de um “não gostei”. E ninguém quer fazer parte dessa decepção, certo?

Um estudo feito pelo psicólogo Gerald Jellison, em 1997, relevou que ninguém é 100% honesto. Todo mundo conta pelo menos uma mentira *a cada oito minutos*.

Dizer que você é completamente honesto já é uma mentira, percebe?

E vou te dizer porque parar de mentir é impossível: A VERDADE É SUPERVALORIZADA! Nós valorizamos tanto a sinceridade que não conseguimos entender o poder da mentira, sendo que ela é uma das maiores habilidades sociais da humanidade.

Nós vivemos em busca da sinceridade, mas ela não nos deixaria viver em sociedade. Da mesma forma que o excesso de mentiras também é prejudicial.

O que devemos fazer é encontrar um meio termo entre utilizar a mentira sempre como escape e utilizar a verdade absoluta para tudo.

Mas como identificar mentiras? E como utilizá-las ao meu favor?

Antes de tudo, pare de mentir por tudo! Utilize esse “mecanismo” em momentos que ele é necessário.

E use o poder que você vai aprender agora com muita sabedoria. Ele pode mudar sua vida! (Quantos gatilhos mentais você consegue identificar neste pequeno parágrafo?)

Essas informações são graças a estudos iniciados por Paul Ekman, primeira pessoa a catalogar as microexpressões e emoções. A pesquisa dele comprovou o que *Charles Darwin* já dizia: “as expressões são biologicamente determinadas e universais”.

Em resumo: essas microexpressões vão te auxiliar a detectar mentiras! E sem o uso de aparelhos.

As expressões voluntárias que todos fazemos quando estamos em uma conversa ou lembrando de momentos específicos da vida são chamadas de microexpressões. Essas características duram frações de segundo, por isso exigem muito treino do nosso olhar para identificá-las. Se deixamos algum detalhe de lado, podemos ficar sem entender o que está acontecendo. E pior: fazer uma interpretação equivocada.

Segundo Paul Ekman, há sete expressões faciais universais, sendo as mais frequentes e fáceis de interpretar:

- Nojo
- Raiva
- Medo
- Tristeza
- Alegria
- Surpresa
- Desprezo

Inclusive, em seu estudo, Ekman quebrou o paradigma que acredita que imitamos expressões porque aprendemos em nosso convívio social. Ele descobriu que pessoas nascidas cegas são capazes de realizar as mesmas expressões faciais.

Mas por que preciso aprender a ler as microexpressões faciais?

Ter esse “superpoder” pode te ajudar a compreender melhor quem está à sua volta. Afinal, mais importante que conseguir identificar uma emoção é identificar qual emoção.

E, para fazer isso, você tem que focar na pessoa: nada de olhar para um smartphone ou um local diferente. Dessa forma, você não perde os detalhes e pode entender o que o rosto está dizendo, sem distrações.

Antes de te ensinar como identificar cada microexpressão, quero que você entenda que elas nem sempre se apresentam de formas muito características. Ou seja: principalmente quando mentimos, elas são mais sutis e controladas.

Mas como saber identificá-las? Treine muito!

Uma forma de fazer isso é praticá-las em frente ao espelho para entender como elas acontecem em seu corpo. Você vai conseguir perceber que, ao “praticar” a expressão, você também vai sentir aquela emoção. Afinal, todo o corpo trabalha quando sentimos qualquer coisa.

Agora é hora de você conhecer cada uma das microexpressões profundamente para levar sua comunicação a outro nível!

NOJO

Essa é uma das expressões mais fáceis de identificar. Ela se concentra basicamente na boca e no nariz.

Uma das principais características é o nariz enrugado e o lábio superior levantando. Essa expressão também pode ser utilizada em desaprovação a algo ou alguém.

O nojo basicamente se resume a:

- Pálpebra superior levantada
- Nariz enrugado
- Lábio inferior levantado
- Linhas de expressão aparecem abaixo da pálpebra inferior
- Bochechas levantadas.

RAIVA

A raiva é facilmente identificada pelas sobrancelhas, que se tornam um dos principais fatores dessa microexpressão.

Normalmente, nós baixamos e juntamos as sobrancelhas junto de um movimento de franzir a testa. Neste caso, todo o rosto fica bem tenso, sendo percebida também na boca, quando os lábios se separam e os dentes se apertam.

A identificação da raiva acontece por:

- Pálpebras inferiores ficando tensas
- Sobrancelhas que se mantêm baixas e alinhadas
- Linhas verticais que aparecem entre as sobrancelhas
- Olhar duro ou esbugalhado
- Narinas ficando dilatadas
- Maxilar inferior que se projeta para fora
- Lábios que podem se manter firmemente pressionados entre si, com os cantos para baixo ou até mesmo com um formato quadrangular como se estivessem gritando.

MEDO

O medo é uma das microexpressões que traz forte tensão às sobrancelhas. Nesta expressão, os olhos ficam arregalados, dando um sinal de atenção, e a boca fica mais solta.

O medo pode ser reconhecido por:

- Branco na parte superior do olho é visível, mas não na parte inferior
- Sobrancelhas levantadas e desenhadas de forma alinhada, normalmente em linha reta
- Pálpebra superior está levantada, mas a inferior está tensa e desenhada para cima
- Rugas na testa que podem ser vistas no centro, entre as sobrancelhas e não de fora a fora
- Boca aberta e lábios levemente tensos ou esticados e puxados para trás.

TRISTEZA

Você já percebeu que nós temos facilidade em identificar tristeza nas pessoas conhecidas? Isso porque é muito característica, mas, ao mesmo tempo, uma das microexpressões mais difíceis de encontrar.

Isso porque as sobrancelhas se juntam no meio, mas de forma sutil, e a boca fica sensivelmente arqueada para baixo.

É possível reparar a tristeza por meio de outros sinais, como:

- O lábio inferior se projeta para fora
- Cantos internos das sobrancelhas ficam alinhados para dentro e os cantos de fora ficam para cima
- O canto dos lábios se alinha para baixo
- A pele abaixo das sobrancelhas se assemelha a um triângulo, como o canto superior para cima
- O maxilar sobe.

ALEGRIA

A alegria é marcada pelo famoso pé-de-galinha, que nada mais são do que as ruguinhas ao lado dos olhos, que ficam arregalados. Quando essa sensação é falsa, essas rugas não aparecem.

Também há a famosa curva para cima nos lábios que, quanto maior for, maior a alegria. Ela também pode ser identificada por:

- Uma ruga atravessa do nariz exterior até o lábio inferior
- A boca pode ou não estar aberta, com os dentes expostos
- As bochechas se levantam
- Os cantos dos lábios se desenhavam para cima e se puxam para trás
- As pálpebras inferiores podem mostrar rugas ou estarem tensas.

SURPRESA

A boca fica solta e aberta, como no medo, nesta expressão. Já as sobrancelhas ficam arqueadas e os olhos bem abertos. Além disso, repare também em:

- Pele abaixo das sobrancelhas se estica
- Rugas horizontais atravessam a testa fora a fora
- Sobrancelhas se levantam e se curvam
- Maxilar abre-se e os dentes estão repartidos, mas não há tensão ou estiramento da boca
- Pálpebras estão abertas, o branco do olho aparece acima e abaixo.

DESPREZO

A última microexpressão é a de desprezo. O segredo desta está na parte inferior do rosto, onde a principal característica é um meio sorriso, com apenas um lado da boca arqueado. Perceba também:

- Olhar baixo
- Um canto da boca se levanta.

Outra forma que um Extreme Speaker pode usar para identificar mentiras e entender melhor a comunicação é utilizando o olhar – a famosa *janela da alma*.

Quer saber como? É o que vou te ensinar no próximo capítulo!

APRENDENDO A LER OS OLHOS

Você já ouviu falar que os olhos são a janela da alma?

E se eu te disser que eles também são grandes reveladores da verdade?

Você pode mentir e usar diferentes sinais do corpo para esconder a verdade. Mas os olhos sempre vão entregar, sempre vão contar os nossos segredos mais íntimos.

Por mais que você ensaie um discurso, se esforce para esconder uma mentira da sua esposa, do seu chefe ou do seu amigo, os olhos sempre vão dizer “*há uma mentira aqui.*” – Perceba.

Não é à toa que o olhar é uma das formas de identificar um mentiroso. Mas, CALMA! Eu vou falar sobre isso mais tarde.

Quem já assistiu à série *Lie to Me* deve se lembrar que o protagonista identificava verdades e mentiras só observando o rosto das pessoas.

Ficção? Sim! Mas é possível fazer isso na vida real, também. E existem diversos especialistas da área. Eles são pessoas que entendem as microexpressões e como reagimos a tantos estímulos.

Eu, por exemplo, dedico boa parte da vida a isso. Já até tive um quadro na televisão para identificar mentira em entrevistas e discursos de famosos, como já contei antes.

Isso porque nosso olhar revela verdades e mentiras de uma forma simples de perceber. Alguns estudos mais complexos são utilizados, mas vou explicar de uma forma simples para você entender – e utilizar como Extreme Speaker!

Sempre que nos lembramos de algo que aconteceu ou estamos construindo uma história, nosso cérebro busca essa informação. Existe um lado dele que é responsável por construir imagens (constructo) e outro lado que guarda nossas memórias (lembrança).

Assim, quando você conta uma mentira, o seu olho se move rapidamente e te entrega, indicando que lado do cérebro está trabalhando.

Ou seja: quando alguém olha para a esquerda durante uma fala, por exemplo, está buscando memórias. Quando olha para a direita, está construindo-as. Isso porque o constructo fica no lado direito do cérebro e a memória fica do lado esquerdo.

Mas não é só isso, pois há outros pontos importantes. Afinal, nosso olhar também revela se estamos buscando informações visuais, auditivas ou cinestésicas. E sabendo como o olhar revela cada uma delas, você é capaz de encontrar mentiras e verdades nos discursos.

Em resumo, é assim que funciona:

- Olhar para cima à esquerda: lembrança de uma imagem
- Olhar para cima à direita: construção de uma imagem
- Olhar horizontalmente à esquerda: lembrança auditiva
- Olhar horizontalmente à direita: construção auditiva
- Olhar para baixo à direita: acessar as emoções
- Olhar para baixo à esquerda: conversa interna

Em exemplo prático, tente perguntar a uma criança como está o dever de casa. Se ele mover o olho rapidamente à esquerda para cima, está procurando imagens visuais para lembrar de como está o andamento. Se mover o olho à direita para cima, está construindo uma imagem. Ou seja: provavelmente está mentindo para você.

Mas é importante prestar atenção em alguns cuidados com essa técnica.

Você lembra quando o Tio Ben, de Homem-Aranha, disse que com grandes poderes vem grandes responsabilidades?

Você não pode usar essa técnica indiscriminadamente e sem alguns cuidados. Uma delas é que o padrão é que o olhar para a esquerda está acessando a

lembrança, já o olhar à direita está buscando o constructo. Porém, algumas pessoas têm essa ordem invertida.

E como você pode descobrir isso? Simples! Faça uma pergunta que você já sabe a resposta.

Uma dica simples é perguntar o que a pessoa almoçou, a cor de uma blusa que ela usou no dia anterior ou até mesmo qual o nome de uma pessoa que está todos os dias com vocês.

Outro ponto é que você nunca pode analisar uma informação solta.

Um rápido olhar para a direita horizontalmente não quer dizer que tudo naquela história é mentira. Apenas significa que aquela informação é uma construção auditiva.

Por isso é importante analisar tudo com muito cuidado, sem perder algum detalhe. Se não, você pode colocar uma amizade, uma confiança ou até mesmo um relacionamento a perder.

E não queremos isso. O objetivo do Extreme Speaker é sempre o de construir relações. Portanto, essas informações sobre linguagem não verbal são importantes para medirmos os níveis de confiança, entender mais sobre as outras pessoas e, até mesmo, saber o que elas pensam verdadeiramente sobre o que estamos falando.

4 DICAS EXTRAS PARA ENTENDER A LINGUAGEM DO CORPO

O olhar e as microexpressões não são as únicas formas de identificar uma mentira. Isso porque o nosso corpo inteiro fala. E precisamos estar atentos à essa comunicação.

Além dos métodos que já ensinei sobre avaliar e identificar uma mentira por meio do olhar e microexpressões, há diversas outras formas de detectar uma falsa história, mas vou lhe explicar as quatro mais populares aqui!

UMEDECER OS LÁBIOS

Sabe quando a língua quer escapar da boca, chegando perto do lábio e voltando depois disso? Esse sinal é um dos primeiros se você está procurando por uma mentira.

Se for um movimento bem sutil, há mais certeza que se trata de um mentiroso. É aquele sinal que não você não pode perder porque está sempre ali esfregando em nosso rosto que há uma mentira sendo contada.

Mas lembre-se sempre que você não pode levar tudo ao pé da letra. Uma técnica ensinada em cursos de oratória, por exemplo, é umedecer os lábios durante a fala. Portanto, um palestrante fará esse movimento constantemente, mesmo que esteja dizendo uma verdade. Aqui está a importância de *analisar* o todo.

COBRIR A BOCA

Há outros sinais de um mentiroso que são evidentes, como coçar o lábio, fechar as mãos em frente ao rosto e diversas outras formas de cobrir a boca.

É óbvio que esses podem ser gestos pensados e pontuais. Porém, preste atenção! É possível perceber no decorrer da fala se aquilo se trata de uma mentira ou não.

MOVIMENTO DAS MÃOS

Nossas mãos também se comunicam. E alguns movimentos são tão característicos de mentirosos que fica impossível esconder.

Entre eles está coçar o olho e o pescoço. Isso porque um mentiroso costuma sentir leves coceiras nessas regiões e não resistem à tentação de se coçar.

Fique ligado!

FORCE UMA VERDADE

Essa é uma dica que exige muito cuidado e atenção. Isso porque, como já expliquei no capítulo anterior, algumas pessoas são invertidas. Ou seja: elas têm a área da memória no lado direito (verdade) e a construção no lado esquerdo (mentira).

Essa técnica é muito útil e, para descobrir se a pessoa tem esses lados trocados, faça-a responder algo que você já sabe.

Por exemplo, “*quem estava com você na semana passada?*” ou até mesmo “*qual a cor dos olhos do seu filho?*”. Quanto mais óbvio, melhor e mais fácil de detectar.

COMEÇANDO A CRIAR APRESENTAÇÕES

Agora que você já está com uma grande carga de informação para se tornar um Extreme Speaker, está na hora de implantar isso no seu dia a dia. Como você pode usar essas técnicas na prática para impactar pessoas.

Eu poderia ter percorrido o caminho inverso e ensinar como usar todas essas técnicas em suas palestras, mas meu objetivo com esse livro não é criar clones que reproduzem o que estou ensinando. Eu quero formar novos líderes. Quero ver Extreme Speakers surgindo através de suas habilidades. Quero que você tenha o conhecimento para aplicar isso em qualquer campo da sua vida.

O fato de ser um grande palestrante, um excelente vendedor ou um líder de sucesso é apenas a recompensa por você ser um comunicador extremo. Por isso, só vamos falar sobre palestras a partir deste ponto.

Mas, apesar disso, eu quero que você tenha na mente uma coisa muito clara: por mais que o conteúdo que vamos falar agora seja aplicado, ele pode funcionar em qualquer campo da sua vida. Quebre suas crenças e pense como pode aplicar essas dicas no seu **casamento, na sedução, na educação dos seus filhos, na compra de itens pra casa e nas suas relações de amizade.**

E para começar a fazer suas apresentações, um dos primeiros pontos que devemos saber, antes de começar a criar nossa palestra, é qual a diferença entre palestra, treinamento e workshop. Os três possuem o mesmo objetivo: levar alguém do ponto A para onde você quer.

Muitos dizem que palestrar é levar uma pessoa do ponto A para o ponto B. Mas eu sempre me pergunto: o que é o ponto B?

Ele pode ser qualquer lugar que você gostaria que seu ouvinte chegasse!

Se a sua palestra é para motivar uma equipe e alguém sai muito menos motivado, você o levou do ponto A para o ponto B. Mas não era este que você queria.

Por isso que eu sempre digo que palestras e treinamentos levam pessoas do ponto A para o ponto que você quiser!

E outro ponto importante que todos esses modelos de apresentação e forma de transmitir conteúdo têm, é o ganho do tempo.

Por exemplo, eu demorei 20 anos para aprender muitas técnicas para apresentação e palestras marcantes. Mas ensino tudo em um intenso treinamento de fim de semana. Uma pessoa pode aprender a fazer qualquer coisa do mundo sozinha? Sim. Mas e se ela tiver um treinador que já descobriu como fazer? O processo é bem mais simples e, o caminho, mais curto.

Thomas Edson levou anos e mais de mil tentativas para fazer uma lâmpada. Isso porque não existia alguém que pudesse ensiná-lo. Hoje, qualquer pessoa que entrar em uma linha de produção pode aprender em poucos dias de treinamento todo o processo de construção de uma lâmpada.

O importante é que todo Extreme Speaker precisa saber como se comunicar, seja em uma palestra, em um treinamento ou em um workshop.

Mas qual a diferença entre cada um deles? *Vamos descobrir!*

PALESTRAS, TREINAMENTOS, WORKSHOP E VIVENCIAL!

Você já imaginou quanto tempo uma pessoa leva para aprender a jogar xadrez de uma forma *incrível*? Sozinha, ela pode levar décadas, mas um treinamento pode ensinar todas as técnicas e jogadas que levariam anos para serem aprendidas sozinho. E é justamente este o objetivo de todos estes modelos.

Mas, mesmo com semelhanças, as palestras, workshops e treinamentos têm características bem marcantes em suas estruturas. E elas fazem com que esses três modelos sejam diferentes.

E são eles que você vai aprender agora!

A palestra é a menor de todas: uma apresentação entre 1h30 e 2h de duração. Outra grande diferença é que as palestras são mais lúdicas e menos técnicas. Ou seja: presam muito mais para a sensibilização do que pelo conhecimento que será transmitido.

Dessa forma, você tem mais liberdade para brincar com seu conteúdo e, até mesmo, com os títulos. Quanto mais lúdica, mais a chamada será atrativa para seu público. *Mas e o treinamento?*

Este é o oposto às palestras. Neste caso, é mais longo, tem duração entre 6h e 7h, mas pode ser estendida. Meu treinamento para formar **Extreme Speakers** dura três dias com 12h de imersão diária, por exemplo.

Outra diferença é que o treinamento vai se importar muito mais com o conhecimento do que com a forma. Na palestra, por exemplo, a forma é muito mais trabalhada do que o conteúdo em si.

Muitos palestrantes, inclusive, conseguem sobreviver anos sem transmitir um único conteúdo, mesmo sendo algo bem questionável.

No treinamento, você precisa compartilhar conteúdo *massivo* para seu público. Como o próprio nome diz, é um treinamento. Algo que você vai se preparar para fazer no futuro, geralmente ações mais complexas que são focadas em equipes de uma empresa.

Neste caso, o treinador vai até o local transmitir conhecimento. Já o público está ali para *treinar*, como o próprio nome diz.

O treinamento, portanto, é muito mais sóbrio do que as palestras. Isso também reflete nos títulos, que precisam ser diretos e mostrar qual a função do treinamento.

Por exemplo, meu treinamento de vendas chama-se “**Comunicar, Vender e Negociar com PNL**”. Um título sóbrio e direto! Já minha palestra de vendas vem com um nome mais lúdico: “**Para Cada Cliente, Uma Venda Diferente**”.

Mas e se você quiser um meio termo entre os dois?

É aí que entra o *workshop*!

Ele não é tão curto e lúdico quanto uma palestra, mas também não é longo e sóbrio como um treinamento. Um workshop pode durar entre 2h e 4h, sendo

uma apresentação em que o palestrante escolhe um ou dois temas para se aprofundar.

Para você entender, na minha palestra eu dou uma *pincelada* pelas vendas. No meu treinamento, eu ensino todas as estratégias para meu público ser um grande vendedor. Já no workshop, eu selecionaria apenas alguns pontos importantes e falaria sobre eles com mais profundidade.

Se eu fosse nomear, seria algo parecido com “Como Quebrar Objeções e Aumentar suas Vendas”.

Além desses três modelos que são bem conhecidos, há também outros dois que são muito importantes: a oficina e o vivencial.

A oficina presa muito pelo conteúdo, como o treinamento, mas foge do controle do treinador. Neste caso, o conteúdo é construído de acordo com a necessidades dos participantes.

Já o vivencial é um modelo muito conhecido no ambiente de trabalho. Ele é mais focado na integração das pessoas por meio de dinâmicas e atividades em grupo. Ele costuma durar um ou mais dias em locais afastados, como hotel fazenda, chácaras, etc.

Agora que você conhece esses diferentes formatos, fica mais fácil começar a planejar suas apresentações. É importante conhecer esses métodos para entender quais deles funcionam melhor com seu público-alvo, qual você tem mais facilidade, qual seu cliente necessita, entre outros.

E uma informação importante: a partir deste momento, eu posso falar sobre palestra, treinamento ou qualquer um desses termos. Mas todas as dicas são válidas para qualquer formato, exceto quando forem situações muito específicas. O poder e as técnicas para se comunicar são os mesmos. O que muda é a forma com que você vai fazer isso!

***Dica Importante:** Um *pitch* de vendas é, em sua essência, uma palestra com o tempo reduzido. Ele possui toda a estrutura de uma palestra que tem como objetivo final fazer uma venda.

OS 9 PASSOS DE UMA PALESTRA EXTREMA

Quando comecei minha carreira como treinador e palestrante, percebi que todas as palestras seguem as mesmas etapas de produção. Não importa onde, qual tema, nem quanto tempo vai durar: **ela sempre seguirá esses passos!**

É uma etapa importante no treinamento, porque é nesse momento que você passa a ter muito mais impacto na sua trajetória de palestrante. Porém, eu decidi simplificar ainda mais para quem está começando ou nunca fez uma apresentação. Resumi em *9 passos simples* para quem deseja fazer uma palestra incrível.

Vale lembrar que essa é a ordem mais lógica para construção, mas você pode ficar à vontade para executá-los em outra organização. O importante é segui-los!

Essas nove etapas são os pilares das palestras. Para conseguir um alto impacto em seu público, terá que passar por esses passos em algum momento, não importa a ordem que seguir.

São eles:

- Ideia
- Segmentação
- Ganhos
- Planejamento
- Recursos
- Execução
- Piloto
- Checklist
- Feedback

Com esses 9 passos, você vai construir uma palestra incrível. Vamos entender o que é cada um mais a fundo e como utilizá-los?

PASSO 1: A IDEIA!

Como tudo na vida, sua palestra vai nascer de uma simples ideia. Seja ao pensar em uma solução para um problema ou em querer compartilhar sua ideia com o mundo. O importante é que, em algum momento, você vai pensar: *quero palestrar sobre este tema!*

A ideia é o ponto de partida para tudo que vamos realizar. Mas ela sozinha não é a grande responsável pela construção de uma grande apresentação. Ela é apenas um passo decisivo, a ideia, o início.

E não importa quão idiota ou impossível sua ideia pareça, ela pode se tornar uma palestra maravilhosa para seu público. Por isso, guarde todas as ideias possíveis! Por sinal, um Extreme Speaker pode falar de um assunto idiota de forma magnífica.

As ideias podem surgir a qualquer momento.

Por exemplo, eu tenho vários insights enquanto leio, assisto filmes, etc. Por isso, sempre faço anotações em meus livros ou tenho um bloco de notas no celular. Também rabisco alguns cadernos e bloquinhos com tudo que surge em minha mente.

De começo, são apenas ideias e rabiscos. Mas podem se transformar em projetos futuros. *Por que não?*

É muito importante anotar toda e qualquer ideia. Algumas podem até ser jogadas fora. Mas, nesse meio, pode estar aquele *estalo* que você precisa para chegar ao ápice da sua carreira de palestrante!

Mas não adianta anotar as ideias e deixá-las de lado. É preciso que você organize bem e as tenha em fácil alcance, no caso de precisar. Para você ter uma ideia da importância disso, os publicitários fazem diversas reuniões de *brainstorm* antes de começar um projeto. São nessas reuniões que todos contribuem com ideias que vem à mente. Essa “*tempestade de ideias*” é anotada, independente de quão estúpida pareça. Então, começam a ser lapidadas para saber quais serão trabalhadas e quais serão descartadas.

É mais ou menos o que você deve fazer antes de seguir para o próximo passo.

PASSO 2: SEGMENTAÇÃO!

A ideia sozinha não fará da sua apresentação incrível. Você precisa segmentar essa ideia e chegar a um ponto muito menor. É agora que vamos trabalhar o tema que, diferente da ideia, será mais fechado e mais lapidado. É o que te torna diferente dos demais no mesmo segmento.

A sua ideia, por exemplo, pode ser falar sobre liderança. Porém, é algo muito amplo. *Liderança de quê? Onde? Com qual objetivo?*

Você precisa trabalhar sua ideia para que se torne uma joia preciosa, bem como um diamante bruto precisa ser lapidado.

Por exemplo: você pode falar sobre liderança em um determinado setor de emprego, a importância da liderança nos relacionamentos pessoais ou até mesmo liderança focada em mulheres.

Essa redução vai te fazer chegar no público certo! Tudo depende do foco que você quer dar. Afinal, quanto mais reduzido for o seu treinamento, melhor!

Por exemplo, eu poderia falar sobre vendas ou sobre PNL em diferentes aspectos. Mas preferi reduzir ao máximo e trabalhar técnicas de negociação com PNL. Isso faz com que minhas palestras sejam bem segmentadas.

É neste ponto que você já pode pensar no título, lembrando-se sempre daquela dica importante para nomes de palestras e treinamentos: as palestras são mais lúdicas e genéricas. Já os treinamentos são mais sóbrios e aprofundados.

Para facilitar, use duas perguntas para trabalhar o tema da sua palestra:

- Quais são os pontos que vou abordar?
- Qual a abrangência e os limites?

Eu gosto de comparar os treinamentos com o empreendedorismo. E essa é uma parte dos primeiros passos do empreendedorismo: segmentação de mercado e escolha de público-alvo. É basicamente isso que você precisa fazer durante o trabalho no tema!

PASSO 3: OS GANHOS!

Agora é hora de definir quais os ganhos para seu público. O que ele vai ganhar com sua palestra? Mais dinheiro? Mais emoções? Mais qualidade de vida? Mais negócios fechados?

Como eu já lhe expliquei, uma palestra deve tirar alguém do seu estado atual e levar para onde você deseja. E para conseguir isso, você precisa mostrar o que seu público ganha.

Os ganhos motivam seu público para a palestra. E não se esqueça que você também precisa ter ganhos, como remuneração financeira ou de experiência. O importante é deixar ambos os ganhos – *seus e do seu público* – bem claros. É nesta etapa que você vai separar os grandes palestrantes dos amadores.

Para identificar quais serão esses ganhos, é essencial que tenha feito um bom trabalho no desenvolvimento do tema. Você precisa entender em que lugar está seu cliente agora e para onde vai levá-lo.

Em alguns momentos, os palestrantes são contratados para palestras em que o público paga para assistir. Mas, para isso, ele precisa enxergar valor.

Você também precisa saber o que o contratante vai ganhar com sua palestra: melhora no desempenho da equipe, motivação para os funcionários, entre outros.

Uma palestra é um processo de comunicação. E, como já falamos sobre, a comunicação é uma via de mão dupla. Então, tente responder a essas questões:

- Quais serão os seus ganhos com a palestra?
- Ela vai aumentar sua autoridade? Construir marca pessoal? Aumentar suas receitas?

Em meu treinamento **Extreme Speakers Academy**, eu recebo desde CEOs que querem ser melhores líderes até pessoas que querem ter uma melhor relação interpessoal.

O que você precisa definir é: o que você quer ganhar com sua apresentação? E o que seu público vai ganhar te escutando? *Isso é essencial!*

PASSO 4: PLANEJAMENTO!

Agora que começa a parte prática da sua palestra!

O planejamento é um conjunto de estudos do seu público-alvo, preparação de conteúdo para as apresentações e também seu preparo físico e mental para o momento do discurso.

É aqui que você estuda como seu público fala e quais são os interesses dele.

Lembre-se: **a forma é mais importante que o conteúdo!**

Esse é o ponto mais demorado de todos porque você precisa prepará-lo com muita atenção. Isso porque todos precisam entender qual é o foco para que a palestra ocorra da melhor forma possível.

Então, *vamos começar?*

Primeiro, comece a estudar tudo o que é necessário para montar sua palestra. Começando por quem vai se interessar pelo que você tem a dizer. Analise o mercado, busque pessoas que vão se interessar por sua palestra, estude o público-alvo e construa uma persona ideal de seu público. Isso é essencial para o foco da sua apresentação!

Dessa forma, você vai trabalhar o conteúdo da melhor forma possível, pois vai saber com quem falar. E melhor: *como falar!*

Como eu sempre digo: forma é melhor que conteúdo! Não que o conteúdo não seja importante, mas é a forma que o torna diferente.

Quantas pessoas falam sobre empreendedorismo? Sobre felicidade? Sobre comunicação? O mercado de palestras é gigante. Mas isso não significa que não há mais espaço para novas pessoas.

Esse espaço existe, desde que haja novas formas. Ou seja: novas visões para aquele conteúdo. Por exemplo: seu jeito de falar, com gírias e termos técnicos, pode não funcionar em uma plateia com pessoas da terceira idade. Conhecer seu público é crucial no planejamento de sua palestra!

PASSO 5: RECURSOS!

Agora que já temos o público definido, você vai conhecer como passar esse conteúdo para eles! É aqui que você irá definir o local, se haverá dinâmicas, PowerPoint, etc.

Você tem tudo o que precisa para a dinâmica? Usará apresentação no PowerPoint? Quais recursos vai utilizar? Pense em tudo o que será necessário neste ponto.

Para começar, é importante definir o local da sua palestra. Onde ela será feita? O espaço comporta as pessoas que deseja levar para a plateia? Quantas

pessoas estarão presentes? O acesso é fácil? Há estacionamento ou, se necessário, hotéis próximos ao local?

Quando comecei o Extreme Speakers Academy, planejei para que acontecesse em meu instituto, mas muitas pessoas tinham receio por não ser localizado em região central. Foi aí que percebi e mudei o local! Atualmente, tenho parceria com um hotel próximo à Av. Paulista em São Paulo, um lugar que qualquer pessoa pode chegar facilmente. Isso aumentou muito a procura pelo treinamento.

Agora, vamos definir o nível do conteúdo que você pretende passar para o público, o aprofundamento do material. É aqui que você define se vai montar um workshop, um treinamento, uma palestra, uma oficina, entre outros.

Neste ponto, você liga todos os passos anteriores para que sua palestra comece a tomar forma, começando a ver sua apresentação pela primeira vez!

A montagem já começa no planejamento e recursos: colocar no papel todos (*todos mesmos!*) – os detalhes que fazem parte do seu treinamento. Isso pode ser estruturado mentalmente e depois organizado em uma espécie de script para que seu treinamento tenha forma.

Uma dica que pode parecer boba, mas você não faz ideia de quantas pessoas se perdem em seu caminho é: toda palestra precisa de **começo, meio e fim!** E a montagem é responsável por colocar uma ordem cronológica no conteúdo.

Não existe lógica para a montagem: você pode começar pelo meio, pelo começo ou pelo fim. O importante é que seja feita completamente.

Mas *calma!* Nós vamos chegar a um ponto mais específico sobre recursos. Vou falar sobre apresentações em PowerPoint, microfone e muito mais. É um capítulo mais completo para te mostrar o que você precisa para fazer uma palestra incrível!

PASSO 6: EXECUÇÃO!

Nós já planejamos os recursos, agora é hora de começar a executar sua ideia. Ou seja: criar slides, apostilas, papéis necessários (como folders), roteiros, mapas mentais e, finalmente, a apresentação. Você pode começar sua palestra por uma sacada inicial de abertura ou até uma ideia de fechamento. Tudo depende do seu gatilho criativo!

É aqui que você vai ensaiar e construir todas as suas falas durante a execução. Claro que não precisa decorar palavra por palavra, mas é importante construir um mapa mental do processo de sua palestra para ter um melhor desempenho no palco.

Afinal, é como eu digo desde o começo: **a essência do palestrante é o TREINO!** Treine incansavelmente até o momento de sua apresentação. E o próximo passo é importantíssimo para isso.

PASSO 7: PILOTO!

O piloto, na TV, é o primeiro episódio de um programa ou série. É ele que serve de teste para saber o formato daquele show.

E você pode fazer o mesmo com sua palestra!

Por exemplo, eu sempre treino todas as minhas apresentações em tempo real. Se o treinamento dura 12h, eu passo todo o conteúdo *em tempo real* para saber se vai funcionar, se está bem programado e como será a reação.

Muitas vezes, até convido minha esposa, minha assistente e até amigos para treinar minhas apresentações. Certa vez, chamei um grupo de amigos para assistir meu treinamento por um dia inteiro para saber como seria com meu público.

E não perdi a amizade deles. *Ainda bem!*

Agora vamos para o próximo passo, que é um dos mais fáceis, mas que pode ser o diferencial da sua palestra. Justamente por isso, muitos palestrantes o deixam de lado e acabam sofrendo por isso. Com você, será diferente!

PASSO 8: CHECKLIST!

Checklist é algo que você precisa para a vida! Se você ainda não aderiu a ele, é hora de adicioná-lo ao seu dia a dia. Não existe forma melhor de se organizar e de não esquecer o que precisa fazer. *Sério!*

Na sua palestra não será diferente!

Você precisa ter um checklist de tudo que vai precisar levar, desde o começo da construção da palestra. Você deve adicionar desde a toalha que pretende usar antes da palestra, até a roupa, o microfone, benjamin, extensão, cabos... Isso evita que você esqueça qualquer material necessário para sua apresentação.

Pode parecer um passo simples, mas é de extrema importância. Eu já vi muitos palestrantes não conseguirem fazer suas apresentações com o maior potencial possível porque se esqueceram dessa parte tão fácil.

PASSO 9: FEEDBACK!

Este passo é o único realizado após a apresentação. Você precisa de um feedback da sua palestra!

O que o público acha da palestra? O que ele quer em uma próxima apresentação? Tudo isso te ajuda a ser um palestrante cada vez melhor. Mas, para isso acontecer, você deve usar os pontos apontados pela plateia para se aperfeiçoar. Esse é um daqueles pontos que separam Extreme Speakers de meros palestrantes.

Até mesmo se fizer um piloto, peça para pessoas comentarem e escreverem críticas construtivas sobre sua apresentação de teste. Dessa forma, você fica melhor preparado, vai saber quais erros precisa corrigir e quais foram os pontos fortes da apresentação.

Por exemplo, quando eu monto um piloto, eu sempre peço para que as pessoas que entendem muito sobre a área assistam. Se é uma palestra de vendas, chamo meus amigos vendedores para que opinem sinceramente e com conhecimento na área.

É importante segmentar esse público para que ele fale com propriedade sobre aquilo. Não vai ser o mesmo se chamar seu pai ou seu filho, por exemplo. Eles não entendem da área, podem achar *tudo lindo!*

Há muitas formas de receber um feedback, tanto do piloto quanto da apresentação em si. Peça vídeos com depoimentos, entregue fichas de avaliação e até mesmo peça o depoimento do contratante.

Eu uso todas as fórmulas!

Além disso, tento sempre gravar minhas palestras e treinamentos, assim posso ter meu próprio feedback. Eu me assisto falando para saber como fui, onde acertei, onde errei. E posso ter uma visão mais crítica sobre meu próprio trabalho.

Então, eu foco nas melhorias da apresentação. Sem elas, todo o feedback será em vão. Afinal, sempre há uma forma de melhorar. *Sempre!* E não é

porque você é ruim, pelo contrário: até a melhor apresentação da minha vida precisa melhorar. É normal!

DEIXANDO SUAS APRESENTAÇÕES MAIS PERFUMADAS

Você conheceu uma pessoa legal em um bar. Então, marca um encontro, numa sexta-feira à noite, para conhecê-la melhor. E, quem sabe, rolar alguma coisa.

Então, chega o dia. Você já está com tudo certo: mesa reservada no restaurante, roupa separada, sapato escolhido. Até vai passar em uma loja antes para levar uma lembrancinha.

Quando chega o momento de se arrumar, você toma um banho. Veste a roupa, calça o sapato, pega a carteira com seus documentos e dinheiro. E aí, lembra do plus: **O PERFUME.**

Pense como se todo o processo de escolher roupa e sapato, tomar banho, pegar o dinheiro e a carteira fosse o processo de preparação para sua palestra.

Agora, continuando na analogia, o perfume são os recursos que você irá utilizar nessa apresentação.

Você já estava de banho tomado, quase pronto. Mas o perfume foi o *plus*, o toque final que deixou tudo ainda melhor.

Com as palestras também é assim!

Os recursos são importantes, mas não são essenciais. Você consegue fazer algo bom com o básico, mas se puder utilizar os recursos, seu conteúdo ficará ainda mais atrativo.

Eu já abordei os recursos no decorrer deste livro, mas de forma superficial, apenas para introduzir o assunto e te apresentar algumas ideias.

Agora é o momento de você conhecer cada um dos mais importantes recursos de um palestrante, como:

- Microfone
- Flip chart
- PowerPoint
- Apostilas
- Dinâmicas

Os recursos são tudo aquilo que pode incrementar sua palestra. Não são a *essência* da sua apresentação e você poderia fazer uma palestra completa sem usar nada disso, mas, como na analogia do perfume, eles deixam tudo ainda mais atrativo e melhor. Eles têm o poder de deixar sua palestra incrível!

Um *Extreme Speaker* é aquele cara que poderia subir num palco e falar por horas sem um único slide e ainda assim atrair seu público. Porém, pode fazer ainda melhor com os recursos disponíveis.

Então, se prepare! Você vai conhecer o que são e como utilizar cada um desses recursos que citei.

MICROFONE

Um dos recursos mais básico de todos e quase indispensável para os palestrantes: o **MICROFONE!**

Você até pode fazer algumas apresentações claras para todos sem o uso desse recurso, mas, quando utilizado, a apresentação se torna muito melhor!

Quando vamos falar em público, sempre acontece aquele “frio na barriga”, seguido de estresse, nervoso, ansiedade, tremedeira, entre outros sintomas que já expliquei.

Além de todas as dicas que já compartilhei neste livro, como de oratória e de preparação do conteúdo, você também precisa entender meios de promover suas ideias.

E, entre eles, está o *microfone*!

Pode não parecer, mas este recurso é algo muito importante na sua apresentação, principalmente quando há muitas pessoas. Com o uso do microfone, você evita gritos e alterações desnecessárias da voz, poupando-a para um uso melhor.

Muitas vezes, este recurso é considerado um grande vilão. Mas você já parou para pensar que nós sentimos medo justamente porque não conhecemos o microfone? Na maioria das vezes, não sabemos nos portar com um microfone na mão?

Ele permite que a comunicação seja mais natural e espontânea, fazendo com que o discurso se aproxime mais de uma conversa entre poucas pessoas. Afinal, se as pessoas não te ouvirem, como você vai passar sua mensagem e ensinar algo à sua plateia?

Por isso, você deve conhecer o microfone e perder, de vez, o medo de utilizar esse recurso!

E uma dica importante para os Extreme Speakers é não dispensar o microfone mesmo nos ambientes pequenos. Em meus treinamentos para 10 pessoas, por exemplo, eu faço questão de usar o microfone para amplificar ainda mais minha voz, desgastar menos a garganta e ter certeza que todos na sala ouvirão com clareza o que eu tenho pra falar.

Mas, para conseguir utilizá-lo, primeiramente, você precisa conhecê-lo. Como usar o microfone sem se atrapalhar? Como usar esse recurso sem tirar o foco do conhecimento que você quer transmitir?

Acredite: muitos palestrantes nem sabem usar o microfone porque, ao contrário do que a maioria acredita, usar um microfone não é só segurar.

Se você estiver usando um microfone de mão, pode até ser. Mas e se for um lapela ou um microfone auricular? Cada um deles exige um comportamento diferente e há dicas distintas em cada situação.

O importante é que você consiga utilizar qualquer um deles quando for se apresentar! Por isso, conheça cada tipo de microfone e como utilizá-lo em suas palestras:

MICROFONE LAPELA

O microfone lapela é aquele modelo que fica preso à roupa com uma presilha. Mesmo permitindo liberdade no movimento, este modelo é muito

difícil de ser utilizado em palestras. Na verdade, ele é mais focado em entrevistas e para gravar vídeos para a internet.

Para utilizar a lapela, tenha em mente que:

- É necessário não mexer no fio do microfone para evitar barulhos e ruídos como “tic”, que acontece quando enrolamos o fio na mão enquanto estamos falando no microfone.
- A lapela é muito sensível. Qualquer ruído pode deixá-lo chiando ou com problemas no som. Evite que ele fique roçando no cabelo ou na roupa, assim o áudio fica melhor.
- Para usá-lo perfeitamente, prenda-o acima da altura peitoral. Esta é a distância ideal para captar a voz com perfeição.
- Evite fazer comentários alheios e conversar enquanto estiver com o microfone. Mesmo tão próximo do seu corpo, a captação deste recurso vai pegar sons externos, pois ele funciona a uma distância considerável.
- Evite bater palmas ou a mão no peito. Como este microfone é bem sensível, o som será ampliado. E não queremos tirar a atenção nem o entendimento da plateia, certo?
- O microfone lapela não desliga automaticamente. Por isso, depois que usá-lo, retire-o da sua roupa.

MICROFONE AURICULAR

O microfone auricular é bastante parecido ao headset. O uso é bem similar à lapela, mas fica envolvido na orelha. Ele é bastante utilizado por ser prático e estar fixado ao seu rosto. Talvez, você se lembre dele nas cantoras pops, que costumam usar para dançar enquanto cantam.

Além dos cuidados que já citei no microfone lapela, quando usar o microfone auricular, preste atenção a:

- Deixar o microfone bem ajustado no rosto, pois ele é bem sensível.
- Tomar cuidado para não captar ruídos como respiração, pigarros, etc.
- Quando terminar o uso, desligar a caixa que fica fixada à cintura.

MICROFONE DE MÃO

O microfone de mão é o mais comum e, geralmente, o primeiro modelo que temos algum contato. E, apesar disso, ainda existem muitos palestrantes que parecem ter medo de um microfone de mão.

Eu já perdi as contas de quantas vezes vi um palestrante deixar de falar no microfone. Pode parecer segurança para falar em público, mas, na verdade, é medo do que esse equipamento representa.

Um Extreme Speaker não pode travar diante de um microfone de mão. Portanto, siga essas dicas:

- Teste a sensibilidade do microfone para saber a qual distância ele deve ficar do rosto
- Nunca bata no microfone para saber se ele está ligado. Além da microfonia ser horrível, demonstra pouco profissionalismo
- Para testar o microfone, estale os dedos na frente dele ou fale algo diretamente
- Nunca coloque o microfone na frente da boca
- Deixe o microfone um pouco abaixo dos lábios, cerca de 1 a 2 cm, assim o som fica melhor e não tampa sua boca.
- Fale, NÃO GRITE! Lembre-se que energia e entusiasmo não têm nada a ver com a altura da voz
- Não congele enquanto fala. Você pode, e deve, se movimentar
- Fale no microfone como faz ao telefone. Dirija-se ao público e não ao aparelho!
- Tome cuidado para não tirar o microfone da boca enquanto se movimenta pelo palco ou pela plateia
- Quando fizer perguntas para o público, por exemplo, abaixe o microfone para abrir espaço para o outro falar
- Se o microfone for de mesa, basta direcioná-lo para sua boca.

FLIP CHART

Quando você quer ser didático, apresentar fórmulas, números, siglas, dados e muito mais, o que usar?

Pessoas mais novas estão utilizando flip charts em seus vídeos no Youtube, lives no Facebook e Hangouts no Google. Tudo isso com muita eficiência, objetividade e maestria.

Mas, afinal, o que é flip chart?

O flip chart é aquele famoso cavalete com um bloco de folhas brancas para fazer rabiscos. Pense nele como uma lousa, um quadro negro de escola.

Esse recurso é muito bem-vindo quando você quer anotar algumas informações em momentos pontuais da sua apresentação. A grande vantagem é que não precisa apagar tudo quando estiver cheio, basta virar a página.

Em resumo: tudo o que você precisa fazer para usar o flip chart é *escrever!*

Essa ferramenta é um recurso muito valioso em interação e dinamismo nas aulas, por isso é tão utilizada por apresentadores, palestrantes e professores.

Mas como utilizar o flip chart?

Antes de tudo, eu quero te contar porque você deve escolher pelo flip chart em suas apresentações!

Essa mistura entre exposição estática (slides) e ferramenta de criação dinâmica (quadro branco) é muito versátil. Além disso, há vários benefícios de utilizá-lo, como:

- O flip chart é um método analógico. Por isso, não há necessidade de se preocupar com senhas, lâmpadas do projetor ou fios de extensão. É só posicioná-lo e começar a apresentação
- Os rabiscos e desenhos representam ideias, exemplos e esquemas que podem estimular mais questionamentos e diálogo do seu público, que se sente mais confortável para fazer perguntas
- Você pode registrar sessões de brainstorming, ideias e respostas dos participantes
- Escrever ou desenhar em um flip chart é um processo ativo. Por isso, acaba energizando o apresentador
- Escrita leva tempo. Utilize isso *ao seu favor!* Use os momentos de escrever no flip chart como uma pausa estratégica para o seu público conseguir absorver conceitos ou fazer anotações

Agora que você conhece os benefícios, que tal aprender a utilizar o flip chart de forma eficiente e correta?

Essa ferramenta, mesmo tão conhecida, é utilizada de forma errada por muitas pessoas. Por isso, separei dicas que vão te ajudar a nunca errar quando escolher esse recurso.

Separei em tópicos para ficar mais simples de absorver, assim como você deve fazer ao usar o flip chart:

- Fique sempre ao lado do flip chart, em uma posição de 45°, nunca na frente. Assim, seu público pode enxergar as anotações
- Em hipótese alguma você deve virar de costas para o público enquanto faz uma anotação na folha
- Fique em meio termo entre olhar para o público e para o cavalete
- Quando precisar anotar, basta uma leve inclinação no corpo para o lado

Se você quer entender melhor o poder do flip chart, vou utilizar o exemplo de uma apresentação envolvendo Zach Galifianakis. Mas o que podemos aprender com ele? Um *case* de sucesso!

Zach é um ator e comediante que ficou mais famoso por conta da franquia “*Se Beber, Não Case!*”. O que você talvez não saiba é que ele já está no mercado desde 1996. Inclusive já passou por programas como *Comedy Central*, *Saturday Night Live*, diversos filmes e até atuou como diretor de videocliques (como *Not About Love*, de Fiona Apple).

Assim como muitos comediantes, ele foi para o lado do stand-up, e é muito conhecido nessa categoria. Seu show, reunido em um DVD chamado *Zach Galifianakis: Live at the Purple Onion*, tem muito o que nos ensinar.

E é dele que eu quero falar hoje. Um stand-up? Sim!

Ele é a prova de que nós podemos enxergar bons exemplos e bons comunicadores em qualquer lugar, como eu já citei anteriormente. Por sinal, a comédia stand up são grandes referências para os Extreme Speakers. O roteiro de humor é um dos mais difíceis e, muito provavelmente, quem consegue se comunicar bem nessa área, consegue em qualquer outra.

Mas voltando ao show do Zach, a apresentação final acontece sem a pronúncia de qualquer palavra. Ele tem ajuda apenas de um pianista, um coro de crianças e um flip chart escrito à mão. Pronto! O sucesso estava garantido.

Você pode retirar diversos aprendizados deste case, mas eu quero focar em três itens que me chamaram a atenção: ambiente, foco e fator surpresa.

Ele utilizou música para construir o ambiente, envolvendo tanto o local emocional quanto o físico. Foram escolhidas músicas de acordo com o evento e perfil da palestra.

Por exemplo: o que um coro de meninos te faz pensar? O ar de esperança e fé na humanidade.

Nós também podemos aprender sobre foco com essa apresentação. Ou seja: quando o palestrante não fala e a plateia sabe que existe uma mensagem que precisa entender, ela rapidamente se concentra na apresentação (em folha ou slides).

Por mais que o palestrante ande, se mexa, gesticule, faça expressões diferentes, não tem nada que prenda mais a atenção do que o conteúdo visual apresentado ali.

Por fim, temos o fator surpresa!

Imagina assistir uma apresentação onde o discurso não leva uma palavra sequer? Dessa forma, fica impossível não se envolver com o conteúdo visual, apresentado em slides ou em folhas, como no flip chart. A cada vez que você passar para o próximo conteúdo, você vai ter o controle da expectativa da sua plateia.

Não há formas de conduzi-la nem antecipar o que virá. Não há narrativa, não há alguém falando “agora vamos aprender sobre isso”.

Cada próximo conteúdo é uma expectativa que só existe na mente do público que está assistindo!

Com este exemplo, você pode entender algo simples: uma apresentação pode ser mais inovadora do que você pensa! E, para isso, não precisamos de muita tecnologia. Só o básico: TER O PODER DA COMUNICAÇÃO.

Com isso você, literalmente, ganha o mundo!

POWERPOINT

O mundo está cada vez mais multimídia, você já parou para pensar nisso? E quanto mais nos adequamos à essa tendência, mais nos reforçamos no mercado e conseguimos um público mais fiel.

Com as apresentações e palestras não é diferente. Utilizar um recurso multimídia tem o poder de imersão e retenção de conteúdo de dar inveja a qualquer um.

Pesquisas, inclusive, apontam que a plateia retém apenas 10% do conteúdo até três dias após assisti-la. Já quando são usados recursos multimídias, essa taxa de retenção do conhecimento sobe para 65%.

Ou seja: sua plateia consegue reter muito mais conteúdo!

Se você quer se atualizar e criar apresentações nesse formato, saiba que uma das principais ferramentas que existem no mercado com essa finalidade é o PowerPoint.

Mesmo existindo tantos softwares que oferecem um visual mais impactante e efeitos mais chamativos, como Prezi, Keynote, PowToon, Emaze e Haiku Deck, o PowerPoint ainda é o mais poderoso para os Extreme Speakers.

E por um simples motivo: ele é um programa utilizado mundialmente, já sendo instalado na maioria dos lugares. Isso sem contar que não há necessidade de uma conexão de internet, como é o caso de outras ferramentas.

Caso o seu notebook quebre e você estiver utilizando uma apresentação em PowerPoint, dá para utilizar o de outra pessoa. Mas se você usar qualquer um dos outros serviços de apresentação, essa realidade será bem diferente.

Por isso o PowerPoint se destaca tanto e é a melhor alternativa!

Como eu disse logo no começo deste capítulo, as palestras que usam recursos multimídia possuem um poder de retenção de informações muito maior justamente por conta dos slides. Eles são uma forma de utilizar conteúdo de diversos formatos: texto, fotos, ilustrações, músicas, efeitos sonoros, vídeos e qualquer outro recurso audiovisual em sua palestra.

Fácil, certo?

Se você quer apresentar um vídeo no meio da palestra, basta incluir entre os slides e ele será reproduzido no momento exato. E isso é um ponto simples, mas de extrema importância. Um palestrante que fecha a apresentação no PowerPoint para abrir um vídeo no computador demonstra pouco profissionalismo e quebra completamente o ritmo de sua palestra.

E nós não queremos isso! Por isso esse poder de condução do PowerPoint é tão forte. Inclusive, quando mal utilizado, ele é capaz de conduzir até mesmo o próprio palestrante. Um vício comum de ser visto, mas que não pode ser aceito em um Extreme Speaker.

Como eu já falei várias vezes, e ainda falarei muitas outras no decorrer deste livro, os recursos são apenas perfumaria. O principal da palestra é o palestrante. E não importa se é um recurso extremamente importante, como um PowerPoint, ou muito mais simples, ele não pode ser o principal foco da sua palestra.

O PRINCIPAL FOCO DA SUA PALESTRA É VOCÊ!

Por isso, é essencial que treine toda a apresentação e conheça a ordem de todos os slides de frente para trás e de trás para frente. Somente quando estiver pronto para falar sem olhar uma única vez para a tela é que você estará pronto para fazer essa palestra usando a apresentação de slides como recurso. Se acontecer algum problema, os slides não serão muletas.

E não é difícil distinguir um slide de um profissional do slide de um amador. São algumas características simples que fazem toda a diferença no final e que eu vou compartilhar com vocês.

A principal delas é que a apresentação de PowerPoint de um palestrante profissional é o mais simples possível. Ela não usa textos extensos e nem passa informação direta para a plateia. Ela deve funcionar como um plano de fundo para o palestrante.

Por exemplo: se você está falando sobre felicidade, pode usar uma imagem estourada de algum lugar que represente o que é felicidade para você e para seu público. Você pode colocar a imagem de uma praia e trará um impacto maravilhoso para sua palestra. Pouca informação e um efeito incrível que vai atrair ainda mais o público-alvo.

Porém, esse recurso já não é interessante quando se está trabalhando em uma apresentação mais técnica. Nesses casos é melhor que você use um visual muito mais limpo e que destaque apenas informações que são importantes. Se é preciso demonstrar um gráfico ou estatística para sua plateia, dê destaque para esse dado na tela.

Como eu disse: *conteúdo é tudo!*

Vamos supor que você está fazendo uma apresentação de resultados para diretores da empresa em que trabalha.

Um dos principais resultados é o aumento de 50% das vendas no último semestre. Se você criar uma página de slide branca com um texto direto, como “Aumento de 50% das vendas no semestre”, na fonte preta, a informação vai ficar como se estivesse estampada na parede. E você falando ao lado daquele simples fato transmite profissionalismo. Sem contar que vai direto ao ponto e comunica sem firulas. O restante da informação deve vir de você!

Para ser ainda mais profissional, é necessário tomar cuidado com cada um dos pequenos detalhes de sua apresentação. As letras muito pequenas dificultam a leitura do público, muitas informações fazem tudo parecer jogado, efeitos demais podem soar infantis e contrastes fora do local certo causam desconforto visual. Por isso, é essencial trabalhar página por página no PowerPoint com atenção.

Os marcadores, por exemplo, são um ponto importante desses detalhes. Quando se usa muitos marcadores em um único slide, a sua apresentação parece cansativa e chata. Mesmo que você passe por aquela página rapidamente, essa será a impressão da plateia. Por isso, sempre busque colocar apenas um tópico por slide ou poucos em uma mesma página.

Quando você usar mais de um tópico na mesma página, uma dica interessante para a apresentação não assustar a plateia é fazer cada tópico aparecer um por vez. Assim, você apresenta um dos tópicos e só quando for passar para o próximo ele aparecerá na tela. É uma forma de não entregar de bandeja tudo o que você falará naquele momento.

E esse é um recurso muito simples. Basta selecionar o tópico que aparecerá na apresentação e acessar a área “Animação” dentro do PowerPoint. Escolha de qual forma a informação aparecerá na tela, mas lembre-se sempre de optar por algo mais simples e objetivo. Em seguida, vá na opção “Iniciar” e selecione “Ao clicar”. E faça isso com todos os itens. Dessa forma, eles aparecerão em ordem sempre que você passar a apresentação.

Esse efeito também pode ser utilizado se você está usando muitas imagens. Em uma palestra motivacional, onde você conta um pouco da sua vida, por exemplo, pode usar esse recurso para construir um painel de fotos que é

completado conforme você fala. Assim, ao invés de ter uma foto por slide, você constrói um trecho com várias fotos sendo sobrepostas. É um efeito incrível para sua apresentação!

Porém, é preciso tomar muito cuidado com a escolha das fotos. O primeiro passo é na curadoria. Nada de fotos distorcidas, com baixa resolução ou sem definição nenhuma. A menos que seja uma foto antiga feita com celular de um momento importantíssimo da sua vida e aquela é a única imagem possível para ilustrar esse momento. Se não for esse o seu caso, fuja das imagens de baixa qualidade!

Além disso, é preciso trazer coerência para a apresentação. Se escolher criar uma página com muitas imagens, use imagens que sigam o mesmo caminho. Misturar fotos, ilustrações e ícones fará uma grande bagunça e deixará a apresentação esteticamente feia, e seu público confuso. Por isso, sempre foque na coerência.

E nunca se esqueça que as imagens têm dono. Não é porque você está procurando uma imagem no Google que pode utilizá-la em sua apresentação. As fotos, ilustrações e até ícones possuem direitos autorais que devem ser respeitados. Uma sugestão para encontrar no Google imagens que podem ser utilizadas é fazer a pesquisa e depois clicar em “Ferramentas de Pesquisa” e depois “Direitos de Uso”. Selecionando imagens com reprodução autorizada, você não terá problemas.

O problema é que essas imagens costumam ser de baixa qualidade ou pouco comunicativas. O ideal é usar os bancos de imagens para encontrar o que você procura. Os principais do mercado são Shutterstock, Fotolia e Deposit Photos. Neles, você paga pela fotografia e pode utilizá-la sem nenhum problema.

Também há aqueles gratuitos que oferecem imagens de boa qualidade, mas que é preciso garimpar mais a fundo para achá-las. Os mais famosos são o Pixabay, FreeImages, Freepik e Morgue File. Existem até mesmo sites em que você pode encontrar fotos por apenas US\$1. Um investimento baixíssimo para uma apresentação de alto impacto.

Apesar de tudo isso que estou falando, existe uma única dica que é essencial para fazer uma apresentação de slides profissional e impactante.

Quer saber? Ela é muito simples: “nada mais, nada menos que conforto visual”. Isso mesmo!

Quando usamos cores muito contrastantes, por exemplo, causamos certa estranheza e desconforto nos olhos. Se você estiver com essa sensação, por mais que ache que sua apresentação ficou maravilhosa, vá lapidando a ideia até encontrar qual é o ponto que está te incomodando. Isso, com certeza, fará muita diferença não só para você, como, principalmente, para seu público.

Por último, — *mas não menos importante!* — um slide não pode ter erros de português. É claro que todos nós cometemos erros de gramática e digitação, mas um slide possui pouquíssimo texto. E esse pouco texto não pode ter erros!

Quando isso acontece, você demonstra pouca atenção e profissionalismo. A impressão do público é de que você não conseguiu dedicar tempo para a palestra. E como pode, um palestrante sem tempo para sua palestra?

Além dessas dicas, há outras que você pode utilizar para fazer uma apresentação de PowerPoint, como:

- Você precisa conversar com sua apresentação de slides e nunca lê-la. Olhar para ela e apontar funciona como marcação do texto e até mesmo indicativo de que tem algo importante na tela, nunca como recordação do que você deve falar.
- O passador é um acessório que precisa ser utilizado de forma correta. Treine como usá-lo em casa e sempre passe para o próximo slide sem olhar pra baixo. Continue falando com naturalidade e passe o slide. Quanto menos o seu público perceber que está segurando um passador, melhor.
- O seu slide serve também como um cartão de visitas. As palestras, muitas vezes, são o primeiro contato com o público. Seja uma palestra de vendas, motivacional ou de resultados. Coloque seus contatos grandes e legíveis no final da apresentação. Isso fortalecerá sua marca pessoal.
- Quando começar a criar sua apresentação no PowerPoint, crie uma pasta específica para ela em seu computador. Salve todas imagens, vídeos, fontes e o que estiver em sua apresentação ali. Essa é a melhor estratégia para não acontecer erros na hora de

rodar vídeos ou até mesmo mostrar imagens durante a apresentação.

- O PowerPoint tem um recurso muito simples chamado “Pacote para CD”. Ele salva toda a sua apresentação em um arquivo que pode ser executado em qualquer computador sem perder imagens, vídeos, fonte, etc. Para usar esse recurso, basta ir no caminho “Arquivo > Exportar > Pacote para CD”.
- Antes da palestra, abra sua apresentação e passe todos os slides um por um e volte para o começo. Essa é uma técnica para o PowerPoint carregar todas as imagens e recursos que você incorporou. Isso faz a apresentação rodar mais suave e carregar mais rapidamente quando estiver falando.

E ainda nesse assunto, há alguns cuidados importantes!

Deixe de lado qualquer tipo de efeito sonoro na hora de trocar slides ou imagens. O ideal é optar por um silêncio que só seja quebrado por sua voz e suas explicações.

E não adianta encher um slide de textos e esquecer que o público precisa ler o que está escrito! Tenha cuidado, use fontes que consigam ser enxergadas por quem está mais longe. E se tiver que usar números, encaixe-os em gráficos e facilite a visualização de todos.

APOSTILAS

Um dos recursos mais simples que podem ser utilizados por um Extreme Speaker é a apostila. Ela é uma ferramenta que traz grandes resultados e eu utilizo em todos os meus treinamentos.

Porém, apesar de ser um ótimo recurso, vários palestrantes sentem medo de construir conteúdo para uma apostila. Alguns já se assustam só pelo nome!

Mas calma! Não é necessário carregar esse peso de construir algo gigante para servir de suporte ao seu conteúdo. Uma apostila pode ser bem simples e ir direto ao ponto.

Tudo o que esse tipo de material precisa é de fontes que todas as pessoas consigam compreender, bem como marcadores e muito espaço para anotações, para o usuário sublinhar, marcar, riscar, entre outros.

O conteúdo pode ser construído de várias formas, desde com o uso de tópicos até longos textos corridos. Eu já vi apostilas fantásticas seguindo esses dois modelos, mesmo sendo tão opostos.

E não precisa conter apenas um deles. Você pode usar tópicos para reforçar algo que foi dito durante sua apresentação e apostar em textos corridos para contar novas histórias — *Por que não?*

Pense o seguinte: sua apostila nunca estará completa! A palestra não é composta apenas por você, mas também por aquelas pessoas que enxergam você, como falamos no capítulo sobre mapas mentais.

Cada palestra é diferente, porque cada público é diferente. Cada plateia reage de uma forma e traz questionamentos diferentes. Portanto, cada apostila é única!

Por isso, faça uma apostila que seu público consiga completar. E, dessa forma, tornar esse material único. E claro: utilizar técnicas de memorização que cada um prefere.

E se você ainda tem medo, saiba que já existem palestrantes que têm a sua apostila como um grande chamariz. Alguns palestrantes vendem a apostila como um material muito valioso que traz dicas incríveis e exclusivas. Se um palestrante qualquer consegue dar esse valor a um material deste, imagine um Extreme Speaker!

Mas, se você está na dúvida de como construir uma apostila, há nove dicas que podem ajudá-lo:

1- SEPARE O CONTEÚDO

Você pode separar o conteúdo em três categorias: é preciso saber, é bom saber e onde encontrar mais informações.

Na primeira parte, coloque tudo aquilo que é essencial para seu público saber. Você pode utilizar tópicos ou fazer um texto corrido. O importante é que, nesta parte, o usuário consiga encontrar informações que são necessárias para aquele conteúdo.

Por exemplo: qual é o básico que você precisa saber sobre vendas? Geralmente: o que é, para que serve, como utilizar e por que utilizar.

Na segunda parte, em “é bom saber”, coloque conteúdo que é importante, mas que é algo não tão básico. Se alguém ler aquilo, vai se tornar mais expert. Mas, se não ler, ainda vai saber sobre o conteúdo por conta da primeira parte.

Por exemplo: o que eu posso saber mais sobre vendas? Geralmente: técnicas importantes, pessoas que ajudaram a criar métodos de vendas, entre outros.

Por fim, em “onde encontrar mais informações”, adicione sites, fóruns e livros nos quais seu público pode saber mais sobre o tema. É uma forma de tornar a apostila mais prática e menor. E deixar na mão do seu público a função de conhecer mais sobre aquele tema.

Lembre-se de colocar links e livros que são referências e confiáveis. Se você utilizar material que não é confiável, pode se queimar com seu público. Se possível, coloque artigos do seu blog, caso tenha um.

2- CRIE TÍTULOS EXPLICATIVOS E UM ÍNDICE

Não complique muito a apostila. Como eu disse anteriormente, seja direto e objetivo.

Você pode fazer isso criando títulos explicativos. Não invente muito neles: vá direto ao ponto. Assim, quando o usuário abrir a apostila, vai saber exatamente o que há naquele capítulo. A apostila fica mais funcional e fácil de ser usada.

E, falando em títulos diretos, crie um índice!

É por meio desse índice que o usuário da apostila vai se encontrar mais facilmente caso queira ler um conteúdo específico ou fazer uma consulta rápida. Faça um índice objetivo, com os títulos e subtítulos da apostila. Indique sempre a página e confira se estão corretas antes de entregar o arquivo para impressão!

3- NÃO USE SLIDES COMO APOSTILA

Neste ponto, eu tenho duas observações a fazer: slides com muito texto e slides que são disponibilizados em um arquivo no fim da palestra.

Os slides precisam ser objetivos, sem muito texto que pode cansar a plateia, tirar o foco do público do que você diz, ou, pior, fazer com que ela não

enxergue o que está escrito. É o que eu falei anteriormente sobre PowerPoint.

No final da palestra, é comum alguns palestrantes indicarem um link do arquivo utilizado na apresentação. *Não faça isso!* Esse arquivo é exclusividade sua, é apenas um método para você se guiar na apresentação.

Este arquivo de PowerPoint não tem conteúdo completo, não é um bom meio de estudos para sua plateia. Por isso, não disponibilize seu PowerPoint no final da apresentação, evitando cópias e usos sem permissão.

Opte sempre pela apostila. Ela é a melhor forma de registrar um conteúdo e de seu público ter onde consultar após a palestra!

4- USE IMAGENS

Você com certeza já ouviu falar que imagens falam mais que mil palavras, certo?

Nas apostilas, elas são muito bem-vindas! Além de quebrar um pouco a disposição dos elementos (texto, títulos, etc.), as imagens ainda ajudam seu público a entender o conteúdo utilizando outro meio.

Você pode utilizar fotos, ilustrações, charges e, inclusive, gráficos. Tudo o que puder fazer para passar aquele conteúdo de forma mais efetiva, faça! E uma imagem pode ajudar a complementar o que já está escrito em forma de texto, tornando o conhecimento mais rico.

5- UTILIZE LACUNAS PARA PREENCHER

Uma apostila precisa ter interação. Se ela fosse somente informação (com textos e imagens), ela seria um livro, certo?

Portanto, pense em exercícios para seu público e deixe espaços em branco para que os usuários possam preencher. Além de facilitar o aprendizado por meio de atividades, você ainda cria um material mais interativo.

Você pode separar em capítulos e, no fim de cada um deles, colocar algumas perguntas. Faça de diversas formas: de alternativas ou dissertativas. E deixe sempre as respostas no final ou um link para encontrá-las. Assim aquele participante pode saber se acertou ou não a resposta.

6- INCLUA PÁGINAS PARA ANOTAÇÕES

Nem sempre o participante da palestra irá ter um bloquinho de anotações ou um caderno em sua apresentação. Muitos nem sabem que podem precisar disso.

Então, que tal criar páginas para anotações?

Você pode fazer de 5 a 10 páginas em branco ou com linhas para que o participante da palestra consiga fazer anotações. É importante ter esse espaço para que ele anote dúvidas, questionamentos e até mesmo informações que acha importante, mas não encontrou no texto da apostila, por exemplo.

7- USE CORES

As cores são importantes para tornar o material mais agradável e receptivo. Quando nós enxergamos algo colorido, nos sentimos mais confortáveis e aquele material nos dá mais prazer.

Tente colocar imagens e ilustrações coloridas em seu material. Se possível, faça exercícios onde seus participantes podem colorir algum espaço da apostila. Isso é importante porque, além de fornecer uma atividade diferente, você deixa o material mais agradável.

8- DISPONIBILIZE A BIBLIOGRAFIA UTILIZADA

Seu conteúdo será totalmente criado por você ou você vai utilizar referências?

Você deve citar todos os links, fóruns, livros, revistas, sites e artigos que utilizou na construção do conteúdo da sua apostila. É importante listar tudo o que você usou porque, além de cópia ser crime, você ainda mostra para o participante da palestra que toda aquela informação tem base teórica ou foi inspirada em alguém que é referência naquele assunto.

E isso vale não só para o texto, como, também, para imagens e ilustrações. Forneça créditos para tudo o que usar. Desta forma, o usuário sabe que você pesquisou aquele tema para deixar o conteúdo ainda mais rico – e ainda agradece, por meio de créditos, quem o disponibilizou.

9- UTILIZE BRINDES

Quem não adora ganhar brindes?

Uma forma de você dar um mimo para o participante da sua palestra é oferecer algo relacionado com o conteúdo junto à apostila.

Há diversas formas de se fazer isso:

- Você pode colocar uma caneta ou lápis junto à apostila (se for personalizado com seu nome ou nome da sua empresa, melhor!).
- Você pode adicionar um cupom de desconto ou um vale para um serviço seu.
- Você pode colocar um kit de balas e um chocolate, caso a palestra dure um tempo maior e o participante necessite se alimentar.

São várias ideias que você pode pensar. O importante é que o brinde tenha relação com o conteúdo ou com a situação. Assim, o participante vai se sentir melhor e mais confortável, além de perceber que você se importou em criar um ambiente mais agradável para ele naquele momento.

Eu, por exemplo, sempre ofereço todo o material para que os participantes do treinamento possam utilizar a apostila, como blocos de anotação, caneta, mochila. Além de dar também as versões físicas de meus livros e alguns outros brindes especiais que só quem participa da minha formação premium recebe.

DINÂMICAS

Você já pensou em usar dinâmicas em suas apresentações?

Muito utilizada para quebrar o gelo, passar conteúdo e exercer a criatividade, a dinâmica é toda atividade que se desenvolve com objetivo de integrar, divertir, aprender, refletir, desinibir, apresentar e promover o conhecimento.

Mas por que utilizar esse recurso?

Nos dias atuais, trabalhar em equipe é uma das competências mais exigidas e estimuladas nas empresas. Profissionais capazes de gerir e motivar seus colaboradores, sempre querendo se desenvolver junto com eles e atingir os melhores resultados, são bem vistos no mercado.

E o sucesso da equipe é, conseqüentemente, o sucesso da empresa, certo? Certíssimo!

Com as dinâmicas em grupo, a empresa ainda consegue agregar valor e gerar confiança daqueles que trabalham no local. O funcionário também procura um ambiente saudável e positivo. E, com essas atividades, os colaboradores se sentem mais motivados e preparados para o que a empresa precisa.

Essas dinâmicas podem ser feitas para diversos objetivos e em diversos formatos: desde um aprendizado concreto até para fixar um conceito ou competência, como percepções, foco, trabalho em grupo, habilidades, determinação, e em formatos individuais, grupo versus grupo, entre outros que você pode adaptar para sua plateia.

Elas também têm aspecto lúdico, criativo e espontâneo, sempre visando mudanças comportamentais que possam favorecer o desempenho individual e do grupo na empresa.

Os jogos oferecidos são fórmulas muito eficientes para transmitir e fixar a aprendizagem do seu conteúdo. Também é um método de fazer a sua plateia se soltar! Por isso, esse formato é tão utilizado em treinamentos e palestras, por exemplo.

Entre os jogos mais utilizados nessas dinâmicas, estão os quebra-gelos. Eles têm objetivo de quebrar a tensão e produzir um local mais relaxado. Dessa forma, sua plateia favorece a ampliação de respostas, e cada pessoa consegue encontrar melhores soluções para os problemas.

Vivenciar a realidade de cada um também proporciona reflexão e empatia pelo próximo. E mostrar um outro mundo é uma forma muito eficiente de mostrar como aquela pessoa enxerga e se relaciona com o mundo!

Esses jogos proporcionam e permitem:

- Interação entre os participantes.
- Relaxamento e facilidade para o indivíduo se soltar.
- Desconectar o corpo e a mente do dia a dia.
- Gerar e propiciar aprendizagem.
- Experimentar e simular novos comportamentos.
- Ampliar o campo de respostas do indivíduo.
- Definir, com clareza, os comportamentos e os desejos, como missão, visão, valores, regras, regras de conduta.
- Levar à competição saudável, mesmo que não se precise fazer a contagem de pontos.

As dinâmicas em grupo também oferecem muitos benefícios. Para você entender como ela pode ser benéfica para sua plateia, tenha em mente que ela ajuda em:

- Aumentar a criatividade.
- Motivar os participantes para atingirem metas.
- Aproveitar o talento de cada participante.
- Melhorar a rapidez na concretização e maior produtividade.
- Descentralizar o poder que resulta em maior responsabilidade individual.
- Complementar funções.
- Encontrar novas abordagens e soluções para velhos problemas.
- Viver a troca de experiências e papéis.
- Sentir satisfação pelas tarefas a serem realizadas.

É importante lembrar que você não pode utilizar a dinâmica pela dinâmica. Pelo contrário: aproveite todo o contexto que há ao seu redor, como músicas, imagens e conversas.

Eu, por exemplo, classifico as dinâmicas em seis pontos principais:

- Chave: É a estrutura tradicional para aplicação de um exercício que segue uma linha.
- Conhecimento: Primeiramente é passado para o público o conhecimento sobre o assunto que será apresentado.
- Habilidade: Depois, o público aprende como se faz aquilo. Ou seja: processo, regras, ferramentas, entre outras informações importantes.
- Ação: É hora de o público executar os exercícios com base no que aprenderam e na habilidade que tiveram.
- Verificação: O treinador vai checar se a plateia está fazendo tudo certo, com base nos ensinamentos anteriores.
- Experiência: É hora de ambos, treinador e público, passarem suas impressões sobre a experiência dos exercícios.

E por último, mas não menos importante, não entenda as dinâmicas como recursos soltos no meio da sua palestra. Elas devem fazer sentido naquele contexto e agregar ainda mais valor ao que você está ensinando.

COMO CRIAR CONTEÚDO EXTREMO EM QUALQUER LUGAR

O Extreme Speaker é um excelente palestrante, mas ele sabe que a palestra é uma das dezenas de formas que existem de construir conteúdo. E, dentro dela, ainda existem muitas e muitas formas de fazer isso.

E essas diferentes maneiras de construir o seu conteúdo é o que chamamos de forma. Como eu sempre faço questão de dizer: *“a forma é mais importante que o conteúdo.”*

Essa forma que determinará como o seu público receberá o que você está falando. Tente lembrar todas as palestras que você já assistiu durante a sua vida: é bem provável que todas elas tenham falado sobre temas muito parecidos, mas que alguns palestrantes tenham sido muito mais impactantes do que outros.

Mais uma vez: a forma é mais importante que o conteúdo.

Não que o conteúdo não tenha valor. Sem conteúdo, a sua palestra será vazia. Mas nós partimos do ponto em que você palestrará sobre um assunto que tem conhecimento.

Portanto, você não precisa trabalhar o conteúdo, mas a forma.

Eu caminho semanalmente no Parque do Piqueri junto com minha esposa. E todas as vezes nós fazemos o mesmo percurso. Um dia, eu decidi fazer o caminho contrário. Foi incrível como eu observei outro parque!

Eu tive uma perspectiva completamente diferente da que estava habituado. Conheci um parque novo que estava escondido por enxergar tudo sempre da mesma forma. Com a sua palestra é a mesma coisa!

A forma como você constrói o conteúdo é extremamente importante para que ele seja atrativo para seu público. Afinal, milhares de palestrantes estão falando sobre vendas. Isso não significa que você não possa falar sobre esse assunto também.

Sempre existe um novo olhar para que você possa se destacar no mercado!

Por isso, eu vou te ensinar algumas formas de construir o conteúdo da sua palestra. Essas formas vão desde métodos tradicionais, como a jornada do herói, até um método construído por mim!

Mas, para isso, antes, o Extreme Speaker precisa aprender como contar história. Lembra que esse é um dos gatilhos mentais mais importantes de todos? Por isso que a criação de conteúdo está aqui no final. Você aprende a criar o conteúdo porque já é um Extreme Speaker. Você já sabe se comunicar e, agora, vai amplificar isso para todas as áreas da sua vida.

Desde que o mundo é mundo, nós precisamos passar nossas experiências e histórias. Como eu contei há alguns capítulos, foi por meio da comunicação que nossa espécie sobreviveu por tantos anos. É essa capacidade de passar informação adiante que nos trouxe até aqui.

E tudo que sabemos, desde o início até agora, é por conta de histórias!

Saber sua história é essencial para entender o presente e o futuro. Ao longo dos séculos, nós passamos informação adiante e, junto dela, um pouco do que somos e de como chegamos até aqui.

Mesmo antes de conseguir transmitir pelo registro em papel e pedras, por exemplo, nós já estávamos contando histórias oralmente. Nós guardamos muita coisa na mente e fomos passando para nossos descendentes.

E, para guardar tão bem uma história, nada melhor do que saber contá-la!

Mas como eu vou utilizar as histórias em minhas palestras?

Uma das grandes técnicas na qual os palestrantes e profissionais de discursos mais enxergam resultados é justamente essa: contar histórias!

Isso porque não importa a idade, formação cultural ou a posição profissional, todos nós gostamos de ouvir histórias. E melhor: somos atraídos por elas!

Não é à toa que vivemos à procura de histórias interessantes. Seja no jornal, na conversa do ônibus, nos filmes, nas séries, nas fotografias, nas redes

sociais e até mesmo nas canções... Nós somos movidos por histórias. E estamos cercados por elas em todos os lugares onde vamos!

A história é uma grande técnica de conquista e atenção dos ouvintes. Isso porque ela é um recurso que chama a atenção da plateia. Mas não adianta a história ser tão interessante se você não consegue contá-la!

Se você vai utilizar o recurso de contar histórias, precisa entender que ela tem que se adequar à mensagem. Caso contrário, pode tirar a compreensão do conteúdo.

Afinal, a história precisa cativar seu público. E a partir do momento em que ele acompanha o que você diz, mais simples se torna repassar a mensagem que você deseja e continuar com a atenção da plateia!

Geralmente, não há um tempo exato para contar histórias em palestras e apresentações, pois cada situação é diferente de outra. Mas se você quiser ter uma noção, leve em conta que não deve passar de 10% do total da apresentação.

Ou seja: se você vai falar por 20 minutos, concentre sua história em apenas dois. A menos que ela tenha uma ligação muito forte com o conteúdo e faça parte dele. O importante é ter bom senso!

É importante você ter essa noção porque é muito fácil para a plateia deixar de prestar atenção no que você diz. Quando alguém está distante no público, é natural. Nós, seres humanos, nos distraímos com facilidade.

Por isso, você deve entender o que faz a plateia perder a atenção:

- É muito difícil manter a concentração quando estamos com dificuldades como desconforto, sono, fome, cansaço, dor, sede e necessidades fisiológicas. Por mais interessante que esteja o conteúdo, esses fatores nos distraem.
- Nós só ouvimos o que nos interessa. Por exemplo: após uma palestra sobre cinema, o ouvinte só irá lembrar dos assuntos que beneficiam seu campo de estudo. Por isso, foque em informações relevantes para grande parte da sua plateia!
- O preconceito também é um fator que atrapalha a concentração do ouvinte. Muitos reparam em roupa, corte do cabelo, timbre da

voz e até mesmo como o palestrante se move pelo palco. Por isso a imagem conta muito!

- A velocidade do nosso pensamento é 4 vezes maior que a das palavras. Nós criamos um foco de atenção viciado após cerca de 10 minutos. Se perceber que sua plateia está com atenção desviada, conte uma história interessante! É o melhor jeito de trazê-los de volta para seu conteúdo. E, neste caso, a história pode ser fora da mensagem, pois é para recuperar a atenção dos seus ouvintes. Se possível, faça referência a pessoas na plateia!

De começo, toda história é boa. Porém, você precisa tomar cuidado com elas. Isso porque algumas, ao invés de chamar a atenção da plateia, acaba distanciando-a do conteúdo. Ou seja: aquelas histórias que todo mundo conta e que já estamos cansados de escutar devem ficar de lado!

Prefira histórias inéditas e, se possível, pessoais. Vale até histórias de colegas de trabalho, cenas de filmes ou de livros. O importante é que elas tenham o seu toque, a sua personalidade. E claro: passem a mensagem que você deseja.

Uma boa história é aquela que é bem interpretada. E, para conseguir isso, você precisa levar o conselho que estou trazendo desde o começo deste livro: TREINE! TREINE MUITO, TREINE SEMPRE.

Para isso, tenha familiares e amigos como público. Se conseguir adicionar crianças, ainda melhor. Vale coleguinhas do seu filho, primos, sobrinhos... Você pode treinar por alguns minutinhos, contando diversos tipos de histórias. Acredite: quanto mais você treinar, melhor ficará!

Nessas histórias, invente personagens. Faça caretas, imite animais, finja ser um personagem diferente... Tudo é válido! Um bom contador de histórias se sente à vontade com essas “atuações”, e, quanto mais confortável, melhor estará em frente à sua plateia!

E quando for inventar histórias, pense em todo o “roteiro” dela. Crie começo, meio e fim – *vou ensinar isso melhor no próximo capítulo!* – É importante ter um enredo, uma mensagem de fácil entendimento. Se não, sua história não vai cumprir o objetivo!

Pense nos personagens, nos locais que essas cenas vão acontecer, quais são as características de cada um... Quanto mais detalhes, mais próxima da

realidade sua história será!

A criatividade é uma ótima amiga neste momento. Por exemplo: não fique nos clichês. Criar *plot twists* é uma forma de prender a atenção do seu público. O fator surpresa é muito bem-vindo nas etapas da história!

Depois de criar sua história, é hora de contá-la!

Para isso, faça pequenas pausas de 2 a 4 segundos. Quando você consegue essas “paradas”, o seu público tem tempo para refletir sobre o que foi dito. E melhor: esperar o que vem em seguida!

Vale, inclusive, utilizar um script para isso, marcando as pausas e até mesmo as ênfases.

Aproveitando o script, ensaie bastante a sua história! E, quando fizer isso, faça gestos que vão complementar o que você diz. Use e abuse de expressões, movimentos pelo palco e uma postura mais relaxada. Por isso, não demonstre nervosismo nem tensão. A plateia percebe. Acredite!

E, não importa se o público é formado por uma pessoa ou por mil: mantenha contato visual! Você pode escolher pessoas específicas e focar nelas, sempre alternando enquanto fala.

Mas nada de focar em apenas uma pessoa do público! Ao fazer isso, os outros podem achar que não são importantes. E você precisa desse contato para criar uma conexão entre a plateia e você.

Além de contato visual, é importante que você se comunique com sua plateia. Converse com seu público! Conheça quem são aquelas pessoas, quais são suas principais dúvidas e por que estão ali.

Utilizar de técnicas como bom humor e histórias engraçadas são ótimas forma de atrair a atenção da plateia, desde que com bom senso. Quando você faz “gracinhas”, o público fica mais animado.

E se você quer engajar seu público, aprenda a administrar conflitos! Responda as perguntas que receber de forma satisfatória e evitando termos técnicos. O público precisa entender o que você diz. Então diga de forma clara, objetiva e explícita!

Se você tem dificuldade de se apresentar em público, respire profundamente e vá soltando o ar enquanto fala. Como eu já disse antes, a ansiedade deixa

nossa respiração curta demais. E isso demonstra insegurança!

Para treinar, faça exercícios em frente ao espelho. Você pode observar onde está acertando e quais erros está cometendo. Se preferir, filme-se e assista quantas vezes for necessário. Dessa forma, você avalia sua história sendo contada e pode até pedir para amigos e familiares te ajudarem nesse processo.

Além disso, quando você se grava, você treina a voz, melhorando a pronúncia das palavras e até mesmo a respiração.

Agora que você sabe disso tudo, é hora de se preparar para o grande momento, certo?

Quando começar sua história, tenha muito cuidado. A primeira imagem é a que fica, então se começar mal, pode continuar com essa impressão. Não meta os pés pelas mãos. Vá com calma! Ninguém gosta de ouvir uma história que não tem pé nem cabeça.

E, se estiver muito nervoso e se sentindo engessado, faça um alongamento antes de começar a apresentação.

E não basta apenas contar uma boa história, é preciso ter certeza de que o seu público compreendeu bem a mensagem. Se necessário, utilize ilustrações para melhorar o entendimento. Esclareça com fábulas, parábolas ou até mesmo histórias que são verdadeiras.

Se você estiver em uma apresentação técnica, onde são necessárias informações mais objetivas, use exemplos que vão ajudar sua plateia a compreender melhor aquele termo ou aquela situação.

COMEÇO, MEIO E FIM

Como o próprio nome diz, essa estrutura é utilizada para construir conteúdo. E ele deve ter começo, meio e fim. É algo bem simples, que só precisa de um pouco de técnica para que você possa moldar sua palestra.

Utilizando o trocadilho, vamos começar pelo... **COMEÇO!**

O principal ponto neste momento é explicar um pouco sobre o que você falará em sua palestra e dar uma leve pincelada no tema.

Se você for utilizar conteúdo sobre técnicas de vendas, comece explicando um pouco sobre o assunto de sua apresentação, quais os principais pontos e

os ganhos que oferecerá ao seu público.

Um exemplo de como trabalhar é falar um pouco sobre a história do tema, criando uma base de conhecimento para sua plateia. Explique o processo de comunicação na venda, como isso foi responsável por mudanças nas relações com os clientes, entre outros temas que são básicos, mas importantes.

Vale, inclusive, abordar o histórico até os dias de hoje, mostrando a evolução desse assunto no decorrer dos anos.

Você pode pincelar um pouco do cenário atual. Como a equipe de vendas é vista atualmente? Qual a importância das vendas? A relação com clientes está em que situação? Tudo isso são formas de preparar o seu público para o que virá em sua palestra.

Além disso, você também pode trazer referências sobre o tema que está tratando. Essas referências não são bibliográficas, como se você estivesse fazendo um trabalho científico. Ela deve ser mais histórica, mesmo.

Aproveite para mostrar o que te inspira a falar sobre aquele assunto, quais são os principais motivos que levaram àquele tema, quais são suas inspirações quando este assunto entra em pauta. Elas podem ser bem pessoais, mas, dessa forma, você já consegue humanizar sua imagem e se mostrar como alguém com paixões e ideais.

A minha principal referência para criar o meu treinamento de vendas, por exemplo, foi a necessidade de formar bons vendedores para as minhas lojas. Isso que levou à construção do Revolucionária Vendas, como contei em minha apresentação no início deste livro.

Essa referência é algo que nos leva a conhecer a história sobre o que você falará na palestra.

E agora vem o MEIO!

Depois de fazer essa grande introdução, está na hora de colocar suas ideias dentro da palestra. É aí que entra sua construção de conteúdo.

É o momento em que você se impõe como palestrante em si, com todos os significados da palavra!

Você não vai apenas apresentar um histórico sobre o que está falando. Muito pelo contrário: deve apresentar o seu ponto de vista.

Por exemplo, em minha palestra sobre vendas, é neste momento que eu trago meu conteúdo mais relevante para o público-alvo. É onde coloco minhas visões individuais sobre o processo de vendas e ensino dicas relevantes para que o público possa aumentar os resultados. E, também, mostro exemplos de como usar todas as dicas que estou falando ali em cima do palco.

Existem diversas formas de fazer isso. E pode variar de acordo com a plateia, com os contratantes e diversos outros fatores que diferenciam aquele momento que é só seu.

Eu costumo e gosto de citar exemplos muito relacionados à vida das pessoas que estão assistindo minhas apresentações. Mas estes exemplos ficaram tão intensos durante uma palestra, que eu precisei fazer um telefonema real para um cliente da empresa.

Durante essa ligação, passando por um dos vendedores da empresa que havia me contratado para realizar treinamento, eu tive que comprovar para todos que estavam assistindo minha apresentação que aquelas técnicas que eu estava ensinando funcionavam verdadeiramente.

Este é o momento para você trazer a sua visão diferente como palestrante! É o que te torna único, especial, diferente. É aqui que você deve mudar o roteiro de sua caminhada no parque e observar as flores, árvores e trilhas por um novo ângulo, como eu fiz no Parque do Piqueri.

E não basta apenas observar essa caminhada por um outro ângulo. Você precisa mostrar este novo ângulo para os seus clientes. Igual a teoria da caverna do Platão, que diz que todos nós vivemos como se estivéssemos acorrentados dentro de uma caverna com as costas para a entrada.

Nós passamos a vida vendo apenas as sombras do mundo real projetadas nas paredes das cavernas. Estamos de costas para a porta de entrada, onde apenas enxergamos os nossos próprios vultos.

Aquela é a nossa realidade e ela constrói o nosso mapa mental, como já falei anteriormente. A nossa verdade é apenas a sombra do mundo real. Se um de nós consegue se soltar das correntes e decide conhecer o mundo, voltará para contar para todos os seus companheiros e será considerado um louco.

Este é o Extreme Speaker: *o louco que escapa das correntes!*

Não é por menos que muitos dos grandes palestrantes costumam carregar diversos adjetivos relacionados à loucura. E é justamente essa loucura, essa nova visão do mundo, que cativa tantas pessoas.

E finalmente chegamos ao FINAL, com o perdão do trocadilho!

Neste momento, você precisa realmente finalizar. É preciso colocar um ponto final em sua palestra para que ela tenha um desfecho e não fique solta. É a parte da conclusão, onde você precisa amarrar tudo que falou durante a apresentação.

Existem diversas formas de fazer isso: é possível levantar uma reflexão mais profunda, promover solução para as dores que apresentou durante a palestra e, até mesmo, deixar uma questão no ar. *Por que não?*

Quanto mais impactante for este seu fechamento, mais poderosa será sua palestra. E mais você fica na cabeça da plateia. Ela vai sair da sua palestra com um questionamento na cabeça, uma informação nova que irá lhe palpar a mente durante dias ou até mesmo uma solução para um problema que ela tem enfrentado durante muito tempo na empresa.

É aqui que você conclui: SUA PALESTRA MUDOU VIDA. OU VIDAS!

A JORNADA DO HERÓI

Você já ouviu falar sobre jornada do herói?

Ela é uma estrutura narrativa muito comum em histórias religiosas e contos populares. Geralmente, o herói recebe um chamado para deixar seu lar e se aventurar em uma jornada difícil e desconhecida.

Ao voltar para casa, o herói traz uma nova experiência de vida, um aprendizado novo. Enfim: sensações que o transformaram em uma nova pessoa, algo diferente do que era quando deixou seu lar.

Mas o que um Extreme Speaker tem a ver com isso? *Tudo!*

Nós gostamos de histórias que mudam vidas. E a jornada do herói traz isso para seus contos. Ela pode, e deve, ser utilizada como estratégia para ter atenção do seu público.

Essa técnica é persuasiva e é a base das histórias mais famosas de todos os tempos. Se existe há tantos anos, é porque dá certo, *concorda?*

Um dos maiores estudiosos e propagadores da jornada do herói é *Joseph Campbell*, que já explicou sucessos de lendas milenares, como Odisseia de Homero, Bhagavad Gita e Avatar.

Se você já assistiu à saga Star Wars, deve ter percebido que *George Lucas* usou essa fórmula no universo dos filmes. Até mesmo as histórias de super-heróis utilizam esse formato.

Criar histórias com essa técnica é levar uma mensagem para sua plateia de que toda história traz uma mudança, um novo caminho. Para isso, você pode seguir os 12 passos da jornada do herói:

1- MUNDO COMUM

É o ambiente que o personagem (que pode ser você) conhece bem. Ou seja: a zona de conforto. Nesta etapa, você mostra a vida cotidiana e as atividades que estão envolvidas, como casa, trabalho, escola, vizinhança, entre outros.

2- O CHAMADO DA AVENTURA

É aqui que o herói percebe que as coisas à sua volta vão mudar. Você pode utilizar, nesta parte, um cenário onde o personagem se vê obrigado a sair da mesmice.

3- RECUSA DO CHAMADO

O personagem se recusa ou demora a aceitar o desafio ou aventura. O motivo? Geralmente, medo! Logo depois dele, o personagem sente uma motivação desconhecida para seguir em frente.

4- PALAVRA DO MENTOR

Neste momento, o personagem encontra seu mentor. É ele que o convence a aceitar o chamado, passando a ser o responsável pelo desenvolvimento de suas habilidades.

5- TRAVESSIA DO LIMAR

Este é o ponto onde a pessoa deixa os limites conhecidos de seu mundo e parte para uma nova aventura, vivendo momentos desconhecidos e perigosos.

6- ALIADOS E INIMIGOS

No novo mundo, o personagem enfrenta testes, encontra aliados e bate de frente com inimigos. É dessa forma que ele aprende as regras desse ambiente.

7- FRONTEIRA DE PERIGO

É neste momento que o personagem acerta nas provações e dá início à sua jornada. Então, chega em outra fronteira, onde enfrenta um lugar mais perigoso – que geralmente guarda o objeto da sua busca.

8- PROVAÇÃO DIFÍCIL

Esta é a maior situação de crise da aventura. Aqui é onde acontece a maior tensão, que pode pôr tudo a perder ou definir o êxito da jornada do herói.

9- RECOMPENSA OU ELIXIR

Depois de enfrentar seu maior desafio, o personagem ultrapassa seu medo e obtém uma recompensa, o elixir, que pode ser metafórico.

10- O CAMINHO DE VOLTA

Agora é hora de retornar! O personagem ainda está no mundo novo e corre perigo, já que os inimigos estão de olho.

11- RESSURREIÇÃO DO HERÓI

É hora de passar por outro teste. É aqui que o herói enfrenta a morte e deve usar tudo que foi aprendido em sua jornada. É uma espécie de exame final, a última provação!

12- REGRESSO COM O ELIXIR

Agora é, finalmente, a volta para o ambiente original. É onde aprendemos o que ele aprendeu de novo. Por fim, ele tem a chance de compartilhar todo o conhecimento que adquiriu em sua jornada.

Essa história lhe parece familiar? É bem provável que sim. Afinal, foi um modelo construído em cima dos textos religiosos e serviu de base para toda a nossa cultura pop.

Para se ter ideia, esses são alguns filmes que são completamente construídos com base na jornada do herói: Star Wars, O Senhor dos Anéis, Alice no País das Maravilhas, Matrix, Batman, O Poderoso Chefão, Alien, O Mágico de

Oz, Guardiões da Galáxia, Clube da Luta, Karatê Kid, Procurando Nemo, Mulan, Shrek e por aí vai...

Portanto, toda vez que você ouvir uma história e tiver a impressão de que já a conhece, você realmente já ouviu essa estrutura de história antes. Todas foram criadas com base no *Monomito* da jornada do herói. E isso não tem problema nenhum. Lembra que nosso cérebro gosta de percorrer caminhos conhecidos?

MÉTODO V.E.N.T.U.R.A

E, como eu prometi, vou lhe ensinar meu próprio método de criação de conteúdo. É um método criado com base em todo o conhecimento que pude adquirir durante a vida para me tornar um Extreme Speaker.

Essa é uma maneira de criar um discurso, um processo de vendas, palestras, livros, histórias ou qualquer outra narração na qual você queira ser mais persuasivo do que aqueles métodos tradicionais. Você não vai apenas contar histórias. *Vai influenciar pessoas!*

Você consegue fazer boas apresentações com os métodos tradicionais, mas não de forma tão persuasiva. Esse é um método que explora melhor as emoções e prepara a plateia.

Conheça o Método **V.E.N.T.U.R.A!**

Eu uso esse método para as mais diversas finalidades. Eu crio desde *pitch* de vendas até treinamentos que duram dias. Escrevo textos seguindo essa ideia e até me preparo para pontos decisivos no meu casamento.

O método V.E.N.T.U.R.A. se baseia em alguns pontos cruciais. São eles:

- Vista a capa
- Escolha o tema
- Nutra de emoção
- Traga a plateia
- Utilize-se de recursos
- Rale até suar
- Apaixone-se

Vamos dividir esse método em cada uma de suas partes para podermos criar melhor o conteúdo de nossa palestra.

VISTA A CAPA

A criação do conteúdo de sua palestra começa muito antes de você pensar no que vai falar, como já falei neste livro. Essa criação de conteúdo começa quando você assume o papel de palestrante. Ou seja, quando você veste a capa desse “super-herói”.

Saber que vamos palestrar nos deixa com a boca seca, mãos trêmulas, frio na barriga e chega até a paralisar o corpo. Isso acontece com todas as pessoas que palestram, *acredite!*

Mesmo depois de uma década palestrando e duas décadas treinando pessoas, eu continuo sentindo esses mesmos sintomas antes de cada apresentação. Isso não acontece só com você!

Sempre que digo isso, muitas pessoas questionam se eu realmente sinto todos esses sintomas antes de cada apresentação. E é claro que eu sinto! Foi assim que descobri que todos os grandes comunicadores passam pelas mesmas sensações antes de fazer um show, palestra, aula, programa de TV, entre outros eventos em que precisam discursar.

Essa sensação leva muitas pessoas a acreditarem que estão com medo de subir ao palco ou que sentem algum tipo de fobia. Foi somente quando descobri que não é nada disso, que pude oferecer o melhor conteúdo com a melhor forma em minhas palestras.

Essas sensações são normais e servem para nos manter atentos durante a apresentação. Você não deve se preocupar por sentir essas coisas. Você deve se preocupar quando parar de sentir essas coisas antes das palestras.

Essa forma de construir conteúdo vai te deixar preparado para que possa vestir a capa de palestrante. Ela te prepara para falar bem, em qualquer contexto em que você precisar da comunicação!

Você deve começar imaginando cada detalhe de sua apresentação, pensando nas pessoas que estarão lá, no palco que você subirá, como entrará, como se apresentará, o que vai dizer e tudo mais.

Antes de começar a criação do conteúdo, você precisa criar um ritual para vestir a capa de palestrante.

Mas o que é isso?

É encontrar o seu próprio método para entrar preparado para a sua apresentação. Isso vai de você.

Alguns palestrantes gostam de ouvir músicas relaxantes, outros preferem aquelas mais agitadas. Há aqueles que fazem exercícios físicos, mas também quem gosta de relaxar e meditar. Alguns repassam todo o mapa mental da palestra, outros decidem pensar somente em outras coisas.

Você precisa encontrar qual o seu estilo pessoal e fazer essa rotina antes de começar a se apresentar.

Antes de pensar no conteúdo, é preciso costurar e vestir sua capa de palestrante! E então? Pronto?

ESCOLHA O TEMA

Depois de costurar e vestir a sua capa de palestrante, está na hora de começar a construir o conteúdo da sua palestra, o que te torna o “super-herói” dono dessa capa importantíssima.

Então, vamos colocar a mão na massa.

É preciso saber que um dos principais erros da maior parte dos palestrantes é querer falar sobre muitas coisas em uma única apresentação. Muitos ainda tentam colocar tudo o que podem falar em uma única palestra.

Esse é um erro banal, mas que pode fazer o seu conteúdo ficar amplo e vazio.

Um dos pontos fortes dos Extreme Speakers é saber focar em um único e pequeno ponto para que possa retirar o máximo de aproveitamento possível da sua apresentação.

É o poder de segmentar para informar melhor sobre esse ramo escolhido. Quanto mais você fechá-lo, mais aprofundada e persuasiva será a sua palestra.

Um exemplo básico é na área que eu palestro, vendas. Eu poderia falar sobre vendas de uma forma ampla e ser mais genérico, mas preferi escolher um ponto mais fechado: programação neurolinguística em negociações. *E sobra assunto!*

O número de palestrantes que estão falando sobre vendas é alto, mas isso não significa que você não possa falar sobre o assunto também.

Para você ter ideia, eu poderia falar de vários outros pontos em vendas, como:

- Todos os passos da venda
- Perguntas para vender mais
- Como trabalhar marketing de vendas
- Armas de persuasão

São vários temas que você pode abordar dentro de qualquer ramo!

Ao falar sobre felicidade, relacionamentos, empreendedorismo ou qualquer outro tema, você deve escolher *um único ponto específico* e esquecer de todo o resto ao redor. Assim sua palestra fica objetiva, sem parecer que está enrolando para ganhar tempo ou que não sabe sobre o que está falando. Você passa mais confiança!

Depois que você selecionar qual será esse tema, você precisa simplificá-lo ao máximo. Eu, por exemplo, ensino técnicas de negociação com Programação Neurolinguística, mas isso pode parecer muito complicado para quem não tem conhecimento prévio.

Por isso, o meu treinamento de vendas chama “Comunicar, Vender e Negociar com PNL”. Simples e objetivo!

Com o tema escolhido, você precisa criar o que eu chamo de “caminho da sedução”. Ele é feito por cinco passos: descobrir as dores do público, investigar seus desejos, contar uma história, o método que você tem a ensinar e levar sua plateia a praticar o que você ensinou.

O primeiro passo é descobrir as dores do seu público. Entenda quais são os principais problemas que eles enfrentam. No meu caso, é a dificuldade para fechar vendas.

Já a segunda etapa é investigar quais são os principais desejos. Isso parece óbvio, mas a verdade é que muitos palestrantes se esquecem de construir essa relação de dor e prazer, um gatilho que foi discutido em um tópico exclusivo há alguns capítulos atrás. São eles: como ter mais vendas, facilidade para fechar contratos, entre outros.

O terceiro passo é sempre contar uma história. As histórias são extremamente persuasivas e podem cativar muitas pessoas. Nessa história,

você pode apresentar qual é a cura para a dor que o seu público está sentindo, por exemplo.

O quarto passo é o mais simples de todos: ensine o método que você tem a ensinar. Simplesmente isso. Rápido, mas muito eficiente para o público que está te assistindo. Afinal, ele precisa entender como tudo o que você ensina acontece, *certo?*

O quinto e último passo é levar sua plateia a aplicar o método que você transmitiu no passo anterior. Mostre diferentes oportunidades para que eles fiquem instigados a buscar o que você oferece.

No meu treinamento, por exemplo, poderia ser apenas a remuneração financeira ao realizar vendas, mas pode ser a tranquilidade aos finais de semana, saber que a família não passará por necessidade, entre outros problemas para os quais você vai entregar a solução, mas estão indiretamente ligados ao foco da palestra.

Para este passo, você precisa estudar muito bem o seu público.

É preciso entender quais são as prioridades que ele tem. Pode ser comprar casa, pagar uma boa escola para os filhos, não ter dívidas ao fim do mês, entre outras necessidades.

Existem algumas técnicas muito importantes que te ajudam a entender quais são essas coisas que fazem o seu público perder o sono toda noite. As principais delas são:

- Pesquise sobre as principais dores do seu público anteriormente.
- Faça perguntas para entender quais são essas dores das pessoas com quem está conversando.

Sabendo de tudo isso, está na hora de você escolher o tema da sua palestra e focar em apenas um ponto para que possa ser mais profundo e assertivo em sua apresentação.

NUTRA DE EMOÇÃO

Você já me viu falando algumas vezes que A FORMA É MAIS IMPORTANTE QUE CONTEÚDO, certo? Isso porque uma palestra não pode focar apenas nas informações.

A emoção é a parte essencial da sua construção de conteúdo!

Uma vez, um amigo me disse saber que as plateias de suas palestras não se lembrarão de nada sobre o que ele disse. Mas, certamente, vão se lembrar da emoção que sentiram.

Essa é uma verdade das palestras motivacionais que você deve ter em mente ao construir a sua apresentação, seja qual for o tema.

Sempre estimule as emoções. Você deve transmitir o conteúdo sem esquecer que as pessoas devem se emocionar com o que foi dito. Elas são pessoas – *e precisam lembrar disso!*

Colocar emoção é a única forma da sua palestra ser lembrada para sempre.

E como fazer isso?

Uma forma é você treinar a entonação da sua voz, que funciona como uma marca texto do que está dizendo. A voz ressalta os pontos principais de seu discurso, transmitindo emoção e chamando a atenção para os momentos certos.

Além disso, você também precisa treinar as expressões faciais e corporais para serem marcantes.

Palestrar é como atuar! Você deve ter expressões que transmitam a emoção sobre o que está falando. Pense que é uma peça de teatro. Um monólogo!

Portanto, ande pelo palco, preencha os espaços para que todos te enxerguem, ande entre as fileiras, mostre que quer estar ali. Faça, também, com que as pessoas participem de sua apresentação, seja levantando questionamentos ou convidando-as para o palco, a fim de fazer um questionamento, contar uma história ou compartilhar um conhecimento.

Deixe que todos participem de sua palestra!

Quando você vive aquela emoção de forma verdadeira, a plateia sente e se entrega para as emoções que está propondo. É justamente isso que faz a sua palestra ser memorável. Ser única!

TRAGA A PLATEIA

Eu aposto que você já ouviu muitas vezes que os primeiros minutos da sua apresentação são os mais importantes. É naquele breve instante que você conquista a plateia e traz o público para o seu lado.

É como se a primeira música de um álbum fosse a mais importante. O músico só precisa usar aqueles três primeiros minutos de toda uma obra para prender o seu público. Depois, pode fazer qualquer coisa. Afinal, a pessoa já foi fisgada.

Será que é exatamente isso que Michael Jackson fez em *Bad*? Pink Floyd usou a mesma estratégia em *The Dark Side of The Moon*? E os Beatles também no *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*?

É óbvio que não!

Todos esses álbuns que se transformaram em clássicos e são obras primas da música mundial foram lapidados do começo ao fim. Eles são importantes do primeiro ao último minuto.

É exatamente a mesma coisa com os palestrantes.

Cada minuto tem uma grande importância para prender o público e trazê-lo para o seu lado. É preciso estar atento à ligação que você mantém com a plateia do começo ao fim.

É claro que a abertura tem grande importância. Os álbuns que citei antes começam com músicas que nos prendem. Elas nos fisgam para algo que virá a seguir. E você também pode fazer isso!

Comece a sua apresentação com algo que seja valioso para o seu público!

Apresente uma curiosidade, mostre um vídeo, faça uma entrada completamente diferente. Já pensou que interessante uma palestra que começa com a recitação de um poema? Ou cantando uma música? Ou até mesmo trazendo algo novo para o tema?

Esses primeiros minutos são importantes para despertar a atenção do público, mas não significa que são os únicos aos quais você deve se dedicar. Tudo importa, do começo ao fim!

Logo depois desse impacto inicial, agradeça à sua plateia por estar ali e por te acompanhar nesta troca de informações e conhecimento.

Elas poderiam estar nos mais variados lugares: em um barzinho, em casa com a família, em uma festa ou balada... Mas deixaram tudo para estar ali com você. Reconheça isso!

Uma dica muito importante para que você prenda o público durante toda a apresentação é variar o “personagem”. Ou seja: seja feliz, triste, raivoso, melancólico, enérgico e tudo mais que puder e conseguir.

Você pode fazer isso enquanto passeia entre a formalidade e a informalidade. Varie a velocidade de sua voz. Ora rápido, ora devagar. Misture as emoções! Isso te ajudará a criar rapport, que já comentei neste livro, com todas as pessoas que estão na plateia.

E não se esqueça que você deve agradecer todas as pessoas que interagem com você. Por mais que ela tenha parado sua apresentação para fazer uma pergunta ou falar algo que seja inconveniente no momento, agradeça pela participação e por incrementar o debate.

E uma coisa muito, mas muito importante é nunca, jamais, em hipótese alguma, em nenhuma circunstância, se colocar acima de sua plateia. O palestrante não pode ser alguém superior a quem está assistindo. Ele deve sempre ser igual!

Em alguns casos, ele deve ser até inferior à plateia. Em casos de ridicularização, por exemplo, você deve ser sempre o mais ridículo de todos. Nos treinamentos, que duram o dia todo, eu costumo fazer uma brincadeira: peço para todos os participantes dançarem após o almoço. Isso é importante para oxigenar o cérebro e não bater aquele sono pós-refeição.

É claro que muitas pessoas poderiam se sentir ridículas naquela situação. E é justamente por isso que eu uso algumas roupas e apetrechos que me deixam muito mais ridículo. Isso faz com que essas pessoas não se sintam inferiores e sejam atraídas para minha apresentação.

Lembre-se: nunca seja nem se sinta superior à sua plateia. E, se for necessário ridicularizar alguém, que seja você.

UTILIZE-SE DE RECURSOS

Eu já abordei os recursos, mas eles merecem uma breve pincelada aqui novamente, porque são parte importante do método V.E.N.T.U.R.A.

O seu caráter e suas verdades sempre estarão com você. Não importa se você está com uma roupa nova ou com uma mais surrada, nem mesmo se você tomou banho ou não. Muito menos se passou ou deixou de passar perfume hoje.

Apesar disso, você não irá para um primeiro encontro, uma entrevista de emprego e várias outras ocasiões sem tomar banho e com roupas rasgadas, certo? *Espero que sim!*

Faça isso também com suas apresentações.

Eu poderia subir no palco com qualquer roupa, seja de bermuda, terno, pijama, samba canção, smoking. *Não importa!* Eu poderia me apresentar de qualquer jeito. Mas concorda que essa não seria uma boa ideia?

Por isso, você precisa sempre estar bem vestido. E, além disso, usar os recursos para que sua palestra seja muito mais atraente.

Os recursos são perfumaria, mas são importantes!

Eles não mudam em nada a essência de sua apresentação, mas poderão deixá-la muito mais impactante e atraente para o público que te assiste. Eles são a roupa bonita e o perfume que complementam a essência naquele primeiro encontro ou primeira entrevista.

Então, não tenha medo de abusar dos recursos. Por isso, vou ensinar algumas dicas para usar alguns recursos que estão dentro de você!

- Abuse das tonalidades da sua voz - Como eu já falei antes, varie a tonalidade da sua voz para que você seja mais impactante e prenda melhor a atenção das pessoas.
- Dramatize - Mostre emoção e seja convincente. Não basta mudar a tonalidade de sua voz. Como eu disse, atue! Mostre-se triste, alegre e todas as outras reações. Demonstre que você realmente está sentindo todas elas. Você é um ser humano e é importante lembrar sua plateia disso.
- Domine cada espaço do palco - Você já viu um palestrante ficar parado no palco? *Não convence!* Ele parece pacato e sem atitude. Por isso, tome o espaço do palco. Ande por ele sem medo. Isso dará volume para a sua apresentação.
- Perguntas - As perguntas podem fazer as pessoas refletirem sobre sua mensagem. E aqui vai uma dica especial: quando você não direciona a pergunta para alguém da plateia, corre o risco de ninguém responder. Nesses casos, a melhor alternativa é fazer a

pergunta para si mesmo. Como se a estivesse jogando no ar pra você mesmo pegar. Se ninguém responder, você o faz!

Você pode utilizar todos os recursos do mundo para incrementar a sua palestra: dançar, cantar, tocar violão ou qualquer outra coisa que você saiba.

Mas lembre-se que tudo isso é perfumaria. VOCÊ É O FOCO!

RALE ATÉ SUAR

Você já seguiu todos os passos para construir o conteúdo da palestra? Criou roteiro, textos, oratória, slides e tudo mais?

Agora sua palestra já está pronta e você não precisa fazer mais nada.

Pelo menos, é isso que muitos palestrantes pensam. Eles constroem todo o conteúdo de suas apresentações e acreditam que isso é essencial para subir no palco e fazer uma grande apresentação para a plateia.

Alguns até passam falas mais marcantes que destacaram para aquele momento, ensaiam alguns minutos e tudo mais. Mas eles representam cerca de 10% dos palestrantes. *Muito pouco, não?*

Essas pessoas não são as que vão fazer uma palestra profissional de alto padrão. Essas pessoas não se tornarão Extreme Speakers. Acredite! E se essa é a sua meta, você precisa treinar muito. Muito mesmo! Você deve ralar e passar sua apresentação muitas e muitas vezes, até chegar em um padrão alto.

Quando você achar que já fez muitos ensaios e que está na hora de parar, então é hora de treinar mais um pouco.

Quando falo sobre isso, sempre lembro do meu sensei no judô, o Rossano. Todas as vezes que achávamos que já havíamos treinado demais ou que havíamos feito muito esforço físico (como corrida, musculação e treinar os golpes), ele perguntava: “*Quanto tempo você lutou*”?

E respondíamos: 3 horas. Então, ele já dizia: “*o seu oponente lutou 4*”. Ou então: “*Quantas vezes você foi na academia essa semana?*”. E a resposta era “duas”. Sobre o oponente: “*ele foi todos os dias*”.

Isso sempre nos motivou e serviu para mostrar que não importava o quanto estávamos empenhados e dedicados, sempre tinha alguém que estava ainda mais.

E você precisa ser este alguém!

Por isso, treine! Treine até que a palestra faça parte da sua vida. Ela deve ser uma parte importante da sua rotina, algo simples e fácil.

Você deve saber cada palavra que apresentará para o público, conhecer todas as sequências de oração, a ordem dos slides. Tudo sem precisar de uma única olhada na cola ou no arquivo de Powerpoint.

É preciso fazer até o momento que sua apresentação seja feita quase automaticamente. E mesmo quando você já sabe toda a ordem estrutural de sua palestra, é sempre importante passar o mapa mental por pelo menos uma vez no dia antes do grande momento.

Eu já palestro sobre vendas há mais de uma década e todas as vezes faço esse exercício. E sempre funciona!

E acredite, esse é, sem dúvidas, um dos pontos mais importantes para se tornar um Extreme Speaker. Você estará tão treinado, tão habituado que todas as suas falas, em uma simples conversa, deixarão as pessoas maravilhadas.

APAIXONE-SE!

Você lembra as primeiras vezes que saiu com seu companheiro? Ou daquela sensação ao descobrir o primeiro grande amor da sua vida?

Eu espero, sinceramente, que você continue com todos esses sentimentos até hoje: o frio na barriga, as borboletas no estômago e aquela vontade incontrolável de fazer aquele momento durar para sempre.

Então, Ricardo, você quer dizer que eu preciso estar apaixonado para ser palestrante?

Sim e não!

Sim porque você deve estar profundamente apaixonado para ser palestrante. E não porque você não precisa ter encontrado o grande amor da sua vida.

Você deve ser apaixonado por dar show. Você precisa se apaixonar pelo tema que vai abordar. E precisa querer estar ali com 110% de toda a sua vontade. Todo o seu eu!

Eu sempre digo que sou 110% comunicador. Isso porque sou apaixonado por isso e é o que eu quero fazer todos os dias da minha vida.

Eu me encontrei!

Um Extreme Speaker precisa estar apaixonado pelo seu trabalho e pela sua apresentação. É preciso gostar muito de viver disso e querer fazer um trabalho *premium* para seus clientes.

O professor Clóvis de Barros Filho sempre fala que a pessoa no mundo que ele mais gosta de ouvir falando é ele mesmo. Se pudesse, passaria horas e mais horas ouvindo o que ele mesmo tem para compartilhar.

Eu sei muito bem como é sentir isso!

Essa é a sensação de se apaixonar. É isso que você deve procurar para a sua palestra: fazer algo tão apaixonante a ponto de você querer se ouvir pelo maior tempo possível.

Encontrar essa paixão é o que te faz ser um grande palestrante. E digo mais: encontrar essa paixão é o que fará seus olhos brilharem. Que te dará forças para levantar todos os dias de manhã com a finalidade de pegar horas de viagem para fazer um bate e volta pelo interior do País para se apresentar.

Enfim, é essa paixão que te dará forças para tudo nessa vida. Tudo mesmo!

E não existe uma fórmula concreta para se apaixonar. Você já viu alguma dica de como amar alguém? A gente não escolhe os motivos ou as causas. Simplesmente encontramos essa paixão. Simplesmente sentimos.

Isso quer dizer que só posso ser palestrante se tiver a sorte de me apaixonar por isso?

Claro que não! Quantas vezes eu já disse neste livro que ninguém nasce palestrante ou tem a sorte de se tornar um comunicador? Isso só acontece com muito treino. É a disposição para conseguir isso que define quem você é e onde vai chegar.

É óbvio que você não treina a paixão. Mas é possível praticar alguns exercícios para que consiga encontrá-la. Para isso, você precisa responder uma pergunta muito simples, mas que nos faz passar horas quebrando a cabeça: O QUE TE MOTIVA A SER UM EXTREME SPEAKER?

Isso que é se apaixonar por ser palestrante: encontrar aquele motivo que trará todas as sensações de estar *enamorado*. A palestra precisa ser sua eterna

amante, seu amor de vida. Talvez por isso que minha esposa diz que amo mais as palestras do que a ela...

Pergunte a si mesmo. Não tente encontrar essa resposta em outras pessoas, muito menos em outros palestrantes.

Pense: *o que EU quero com isso?*

Algumas das respostas mais encontradas são realização, transformar vidas, ser reconhecido, segurança, paz de espírito, deixar minha marca no mundo, mas você deve encontrar a sua.

E nunca tenha vergonha da sua resposta sincera. Quanto mais sincero você for, mais apaixonado você será pelas palestras. Por isso é muito importante ser sincero, combinado? Não adianta dizer que o seu principal objetivo é transformar vidas se tudo o que você quer com as palestras é ganhar dinheiro.

E, CALMA! Não há mal algum em querer ganhar dinheiro. Porém, é preciso ter em mente que o dinheiro, na maioria das vezes, não é o objetivo. Em muitos casos, ele é apenas um meio para conquistar os objetivos.

Encontrando sua paixão, você não terá problemas em trabalhar muitas horas, passar os finais de semana palestrando, falar sobre o mesmo assunto por anos, ler um grande número de livros, ser caprichoso nos detalhes, derrubar todos os obstáculos que forem implantados, persistir em seus sonhos, se aperfeiçoar no ramo que escolheu e tantos outros momentos que você precisa viver como um palestrante e comunicador.

Um palestrante apaixonado também apaixona a plateia!

NÃO SE COMUNIQUE NOS PALCOS, SE COMUNIQUE NA VIDA

A comunicação nos acompanha desde que o mundo é mundo. Nós passamos por guerras, por evoluções e por diversas histórias que só foram possíveis graças à nossa habilidade de comunicar.

Nós sempre estivemos rodeados pela comunicação – *e continuamos assim*. Cada dia mais, estamos nos envolvendo nesse processo. As redes sociais e a internet mudaram nossa forma de se comunicar.

E o mundo continua assim: girando, mudando, evoluindo. Tudo isso porque nós temos o poder de comunicar, de informar.

Você também faz parte deste processo!

Se tornar um Extreme Speaker não é uma tarefa fácil. Nós trabalhamos com subjetividade, com o que o outro pensa e espera de nós. Todos os dias, somos expostos a opiniões, a processos e a conhecimentos novos.

E, hoje, você deu mais um passo: *conheceu!*

E é com base nesse conhecimento que nós devemos agir.

Entender a importância da comunicação em nossa história é uma forma de saber o que nos espera amanhã. Quando nós conhecemos nosso passado, o futuro se torna menos incerto. Por isso, frisei tanto a importância de toda nossa evolução quando o assunto é se comunicar.

A comunicação nos salvou. Ela nos evoluiu. Nos trouxe até aqui!

Meu objetivo com este livro, desde o começo, foi te mostrar que qualquer pessoa pode ser um Extreme Speaker. Não existe dom nem milagre. Nem

mesmo nascer com o bumbum virado para a lua. Existe você – *e todo o seu empenho em conseguir seu objetivo.*

Eu acredito que todos nós somos capazes de realizar nossas metas. Não existe alguém mais ou menos apto para conseguir isso. Eu, por exemplo, nunca imaginei que seria um palestrante renomado. Para mim, meu futuro estava na loja que me foi herdada.

E, aos poucos, com muito treino e empenho, olha onde eu cheguei! SOU O EXTREME SPEAKER #01!

O medo de começar pode ser grande. E eu quero que, com este livro, você se sinta mais confiante em dar o primeiro passo para se tornar o EXTREME SPEAKER #02.

Aliás, dar o start para aprender sobre isso já é o primeiro passo!

Eu quero que você termine esta leitura sabendo que é capaz. Por isso eu quis tanto compartilhar minhas técnicas com você. E te dizer que não há medo, timidez, nem obstáculos que podem te impedir de realizar seus sonhos e metas!

Tudo neste livro é para te preparar para isso. E eu quis ser bem didático, *começar do início* e trabalhar com o fator que você está neste começo. Por conta disso, foquei tanto em trazer dicas que são úteis para quem sente medo em falar em público.

Nós somos criados para acreditar que falar em público é um fardo. Que nós devemos temer isso. Mas não! Falar em público é uma habilidade que todos nós temos. O que acontece é que, ao longo da vida, não a praticamos. Essa habilidade é deixada de lado – *e não somos incentivados a soltá-la!*

Para isso, eu reuni as melhores técnicas que conheço. Meu objetivo é te mostrar que, SIM, você pode subir em um palco e começar um discurso sem considerar isso o fim do mundo. Você pode se posicionar diante do seu chefe com muita assertividade. Não precisa paralisar diante de uma linda mulher.

E eu não só quis te preparar para esse processo, como também te ensinar outras táticas importantes.

Nesse contexto, nada melhor que conhecer seu receptor e estudá-lo para saber se sua mensagem foi transmitida com sucesso ou não. Saber, também, o que ele espera de você e o que está sentindo naquele momento.

Nossa linguagem corporal é essencial em nosso dia a dia. E você precisa entender que nosso corpo vive se comunicando. Nós estamos falando algo todo o tempo, mesmo quando achamos que estamos mudos.

Eu não quero que você termine este livro como um grande orador. Eu quero que você seja um Extreme Speaker!

E é por isso que todas as dicas reunidas neste livro são tão especiais:
PORQUE TUDO O QUE ESCREVI VAI TE AJUDAR A CHEGAR LÁ!

Você pode e deve utilizar tudo o que aprendeu no seu dia a dia. Seja para melhorar suas vendas, seja para seduzir, seja para melhorar a comunicação dentro de casa ou até mesmo identificar mentiras.

Nada é impossível!

Hoje, você sai desta última página sabendo tudo o que precisa para começar o seu próprio livro da vida.

Agora você é, oficialmente, um Extreme Speaker. Se eu estivesse aí, apertaria sua mão, diria um parabéns e completaria com uma batidinha nas costas.

Como não estou, fico por aqui e digo mais:

Quero te encontrar pelas palestras da vida!

Agora é com você. #VamBoraPruShow!

JORNADA NÃO MINTA PRA MIM

APRENDENDO A LER MENTES

A Não seria maravilhoso se as pessoas nunca mais fossem capazes de te enganar?

SIM... É isso mesmo que você tá lendo. Você pode nunca mais ser enganado ou trapaceado na vida. Você nunca pode nunca mais ser traído. As pessoas não serão mais capazes de mentir para você.

Não é mágica, dom ou milagre.

Esse é um poder natural do ser humano, mas que nós abrimos mão quando chegamos na vida adulta por tentarem apagar nossos instintos e nos colocar em determinadas caixinhas.

Você vai entender que existe uma linguagem universal entre os seres humanos, mas que a sociedade faz de tudo pra que a gente perca esse conhecimento ao decorrer da vida.

Durante a Jornada Não Minta Pra Mim, eu vou lhe ensinar como você pode reconhecer todos esses sinais e ler a mente das pessoas.

E sem precisar ficar decorando tabelas de comportamento ou se afundar em estudos acadêmicos. Você aprenderá de um jeito simples e prático que pode ser aplicado no seu dia a dia.

Eu vou lhe ensinar os padrões de comportamento humano e como identificar dentro da sua realidade. Você vai descobrir quando seu namorado está mentindo, vai aprender como prestar mais atenção nos sinais dos seus filhos, ter mais poder de negociação quando estiver numa reunião... As possibilidades são infinitas.

E o melhor de tudo: essa jornada é 100% ONLINE, GRATUITA E AO VIVO.

Eu não sei se está disponível no momento que você lê essa mensagem, então, se eu fosse você, correria agora mesmo pra garantir sua vaga na próxima turma.

Clique aqui e acesse à Jornada Não Minta Pra Mim! ->

www.NaoMintaPraMim.com.br

LIVRO CRENÇAS:

O inconsciente influenciando resultados profissionais

Neste livro, Ricardo Ventura, primeiro brasileiro a escrever um livro de estudos de casos sobre a PNL aplicada a terapia, relata sessões concretas em forma de diálogos entre paciente e terapeuta. Uma leitura leve onde ao fim de cada sessão o autor explica, detalhadamente, o que aconteceu, quais técnicas usou e as ensina de modo simples e de fácil replicação.

Livro usado e indicado em vários cursos de practitioner e master em PNL.

Esse livro é muito útil e não existe nada parecido com outro autor nacional. Pelo jeito da aplicação e da forma clara e simples que Ricardo Ventura expõe é um prato cheio para quem quer ter um primeiro contato com a PNL e também para quem já tem grau de practitioner ou master para acompanhar o processo e experimentar a experiência de outro colega!

Garanta já o seu! -> www.RicardoVentura.com.br/livros

LIVRO COMUNICAR, VENDER E NEGOCIAR COM PNL

Será que sabendo todas as técnicas de vendas ou de comunicação é o bastante para ter resultados? NÃO!

Se fosse assim qualquer otário teria sucesso! Neste livro, Ricardo Ventura, um dos mais reconhecidos estudiosos do comportamento humano, mistura sua prática no mundo dos negócios. Ele nasceu dentro de uma loja de calçados e teve sua própria rede de lojas por 20 anos.

Ricardo Ventura reuniu todos seus estudos sobre psicologia, programação neurolinguística, persuasão e sedução, para formar um manual completo em VENDAS, desde as entranhas psicológicas, passando pelo primeiro contato indo até a negociação e fechamento!

Não pense em encontrar fórmulas prontas e fofinhas... pois aqui não é a Disney!

Você precisa conhecer esse livro! -> www.RicardoVentura.com.br/livros

LIVRO ESPERO QUE VOCÊ MORRA

TRISTE É AQUELE QUE MORRERÁ UMA ÚNICA VEZ NESSA VIDA!

Se você sente a vida passando muito rapidamente, se sente que alguns momentos deveriam passar lentamente e outros se pudessem acelerar seria o ideal... Esse livro é para você!

Sim! Acredite, a vida não deve ser uma única história com um único protagonista!

Imagina poder criar várias vidas, vários enredos, com vários personagens dentro desse período que ganhamos quando recebemos o “ticket de vida” ao nascermos.

Mas diferente do que estamos acostumados a ouvir e sentir, você pode morrer e nascer quantas vezes desejar. Ou ainda quando os reveses da vida nos colocam num capítulo que não gostaríamos de estar, podemos e devemos matar esse capítulo, essa história e começar um outro livro, de uma outra forma...

Não do zero absoluto, mas capacitando o protagonista com toda sabedoria, experiência e força que as vidas anteriores nos deram de presente.

Então, do fundo do meu coração, eu espero que até o final desse livro você morra e renasça numa nova história onde o protagonista, você, poderá e deve viver novas aventuras, com a experiência de um velho sábio e com a curiosidade e atrevimento de uma criança.

Garanta já o seu! -> www.RicardoVentura.com.br/livros

EXTREME DIGITAL SPEAKER

O mundo mudou drasticamente nos últimos tempos. Vivemos num período em que muitos falam sobre o “novo normal”. E boa parte deste novo normal passa pela digitalização de boa parte daquilo que antes fazíamos no mundo real.

Eventos de grande porte já não são mais uma realidade e profissionais deste mercado tiveram que migrar para um novo cenário completamente desconhecido.

Neste novo normal, não basta mais ser um grande comunicador. Você precisa ser um comunicador digital.

Seja gravando vídeos, fazendo lives ou palestras para milhares de pessoas, as capacidades para se comunicar no mundo digital são muito diferentes daquelas que construímos no mundo analógico.

Além da comunicação no sentido restrito da palavra, precisamos estudar ainda mais sobre linguagem corporal, posicionamento de câmera, cenários, construção de imagem e novas formas de interação com o público.

O Extreme Digital Speaker é ideal pra você que:

- Quer se tornar uma autoridade respeitada no mercado;
- É um palestrante ou treinador que ficou sem trabalho com o fim dos eventos presenciais;
- Quer oferecer treinamentos para seus liderados;
- Busca novas formas de se comunicar com sua equipe;
- Quer vender produtos e serviços em mídias digitais;

- Deseja superar o medo de falar para uma câmera;

Este é um treinamento novo e exclusivo para 10 pessoas, mas eu não vou apenas te orientar. Eu vou fazer junto com você, 100% online e 100% em tempo real. Ao final do Extreme Digital Speaker, faremos uma *live* juntos em minhas redes sociais pra que você possa ter uma primeira experiência como um verdadeiro comunicador digital!

Torne-se um Comunicador Digital Extremo! ->
www.RicardoVentura.com.br/digital-speaker

EXTREME SELLER MUNDIAL

Você sabia que é possível construir um produto ou estruturar o seu negócio de um jeito que as pessoas fiquem loucas pra comprar o que você está oferecendo? Sabia que é possível construir soluções e produtos surpreendentes que vão te levar para um novo patamar no seu negócio?

Acredite: você pode construir um lugar só seu no mercado. Eu costumo chamar esse lugar de Golden Chair. A sua cadeira dourada é aquela cadeira que só você pode sentar. Um lugar que você vai construir e ninguém mais poderá sentar.

Você vai acabar com a sua concorrência e nunca mais competir com ninguém no mercado.

Quer construir a sua própria Golden Chair? O Extreme Seller Mundial é um treinamento digital em tempo real exclusivo para apenas 10 pessoas em que eu vou pegar na sua mão e nós vamos, juntos, formatar o seu produto e empacotar de uma maneira que seja extremamente persuasivo e encantadora.

Se você ainda não tem um produto ou negócio e não sabe como se posicionar no mercado, nós vamos encontrar quais são as suas habilidades e como você pode criar um produto do zero e colocar em prática sem grandes investimentos.

No Extreme Seller Mundial, você vai aprender:

- Como gerar um negócio e posicionamento;
- Como descobrir seu produto;
- Como criar sua Golden Chair;
- Como deixar os concorrentes pra trás;

- Como se tornar irresistível;
- Como empacotar sua expertise e experiência;
- Como ganhar dinheiro com seu conteúdo;
- Como ter fãs e seguidores;
- Como lançar seu produto em até 24 horas (vamos fazer isso juntos dentro do treinamento).

Crie produtos, clientes e ofertas irresistíveis em apenas 24 horas! ->
www.RicardoVentura.com.br/seller